

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

**Zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu
v České republice se zaměřením na vinný turismus**

Bc. Eva Dobiášová

© 2021 ČZU v Praze

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Eva Dobiášová

Ekonomika a management
Provoz a ekonomika

Název práce

Zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu v České republice se zaměřením na vinný turismus

Název anglicky

Assessment of the Chosen Tourism Destination Potential in the Czech Republic with a focus on wine tourism

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení celkového potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace se zřetelem na vinný turismus a zjištění názorů a preferencí účastníků cestovního ruchu, zpracovat doporučení ke zlepšení propagace zvolené destinace z hlediska vinného turismu.

Metodika

Vytvoření teoretické části bude vycházet ze studia dostupné literatury, především odborných knih, vědeckých článků a dalších relevantních informačních zdrojů. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů prostřednictvím komparace a syntézy informací.

Následně bude realizována vlastní část práce, ve které bude provedeno zhodnocení potenciálu zvolené destinace se zvláštním zřetelem na vinný turismus. Dále bude realizováno dotazníkové šetření. Získané výsledky budou následně vyhodnoceny, interpretovány a diskutovány. Na základě získaných zjištění budou v závěru práce zpracována doporučení ke zlepšení propagace zvolené destinace z hlediska vinného turismu.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, destinace, potenciál cestovního ruchu, služby, víno, vinný turismus

Doporučené zdroje informací

- DRESSLER, Marc. Strategic profiling and the value of wine & tourism initiatives: Exploring strategic grouping of German wineries. *International Journal of Wine Business Research*. 2017, 29(4), 484-502. DOI 10.1108/IJWBR-04-2017-0026. ISSN 1751-1062.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4603-6.
- NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. vyd.1. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2011, 204s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- PAGE, Stephen J. Tourism management. 5th Edition. New York: Routledge, 2015. ISBN 9781138784574.
- ŠŤASTNÁ, Milada, Antonín VAISHAR, Kateřina RYGLOVÁ, Ida RAŠOVSKÁ a Silvie ZÁMEČNÍK. Cultural Tourism as a Possible Driver of Rural Development in Czechia. Wine Tourism in Moravia as a Case Study. *European Countryside*. 2020, 12(3), 292-311. DOI 10.2478/euco-2020-0017. ISSN 1803-8417.

Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová, Ph.D.

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 9. 3. 2021

prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 9. 3. 2021

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 25. 03. 2021

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu v České republice se zaměřením na vinný turismus" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2021

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí mé diplomové práce, paní Ing. Miroslavě Navrátilové, Ph.D. za její ochotu, odborné vedení, trpělivý přístup, cenné rady a připomínky a také za čas, který mi věnovala během zpracovávání mé diplomové práce. Mé poděkování patří také hlavně rodičům a celé mé rodině, která při mně vytrvale stála po celou dobu mého studia a ve všem mě obětavě podporovala.

Zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu v České republice se zaměřením na vinný turismus

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá problematikou cestovního ruchu ve vybrané destinaci. Na základě zkoumání dostupných zdrojů byl pomocí komparace a syntézy informací popsán a vymezen cestovní ruch z obecného hlediska. Dále byl kladen důraz na základní členění cestovního ruchu, popsání jeho typologie a vysvětlení klíčových pojmů spjatých s tímto oborem. Na závěr teoretické části je definována destinace cestovního ruchu, potenciál cestovního ruchu a předpoklady k jeho rozvoji.

Ve vlastní části práce byla vymezena zvolená destinace cestovního ruchu Litoměřická vinařská podoblast zúžená na územní členění obcí s rozšířenou působností Litoměřic a Lovosic.

Nabyté poznatky byly využity k provedení analýzy lokalizačních podmínek cestovního ruchu a k bodovému ohodnocení těchto faktorů. Následně byl na základě získaných dat zhodnocen potenciál cestovního ruchu zkoumané destinace. Na závěr byl proveden výzkum za pomoci dotazníkového šetření zaměřený na potenciální účastníky cestovního ruchu ve vybrané destinaci. Výsledky tohoto šetření byly zpracovány, vyhodnoceny a následně interpretovány za pomoci tabulek a grafů. Na základě zjištěných informací byly vypracovány návrhy a doporučení pro rozvoj a zlepšení propagace zvolené destinace.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinace, potenciál cestovního ruchu, služby, víno, vinný turismus

Assessment of the Chosen Tourism destination Potential in the Czech Republic with a focus on wine tourism

Abstract

The diploma thesis deals with the issue of tourism in selected destination. Based on an examination of available resources, tourism from a general point of view was described and defined by comparison and synthesis of information. Furthermore, emphasis was placed on the basic division of tourism, a description of its typology and an explanation of key concepts associated with this field. At the end of the theoretical part, the destination of tourism, the potential of tourism and the preconditions for its development are defined.

In the actual part of the work, the chosen tourist destination Litoměřice wine subregion was defined, narrowed to the territorial division of municipalities with extended scope of Litoměřice and Lovosice.

The acquired knowledge was used to analyse the localization conditions of tourism and to score points of these factors. Subsequently, based on the obtained data, the tourism potential of the investigated destination was evaluated. Finally, a research was conducted with the help of a questionnaire survey focused on potential participants in tourism in a selected destination. The results of this survey were processed, evaluated and subsequently interpreted using tables and graphs. Based on the information obtained, proposals and recommendations were developed for the development and improvement of the promotion of the selected destination.

Keywords: tourism, destination, tourism potential, services, wine, wine tourism

Obsah

1	Úvod	12
2	Cíl práce a metodika	13
2.1	Cíl práce	13
2.2	Metodika	13
3	Teoretická východiska	16
3.1	Cestovní ruch	16
3.1.1	Vymezení cestovního ruchu.....	16
3.2	Klasifikace cestovního ruchu	18
3.2.1	Členění cestovního ruchu.....	19
3.2.2	Druhy cestovního ruchu	20
3.2.3	Formy cestovního ruchu.....	22
3.3	Složky cestovního ruchu	23
3.3.1	Systémové pojetí cestovního ruchu.....	23
3.3.2	Objekt cestovního ruchu	24
3.3.3	Subjekt cestovního ruchu	25
3.3.4	Předmět cestovního ruchu.....	26
3.4	Služby v cestovním ruchu	26
3.4.1	Klasifikace služeb v cestovním ruchu.....	27
3.4.2	Ubytovací služby.....	29
3.4.3	Stravovací služby	31
3.4.4	Dopravní služby	33
3.4.5	Pojišťovací služby.....	34
3.5	Faktory rozvoje cestovního ruchu	34
3.5.1	Lokalizační faktory	35
3.5.2	Realizační faktory	36
3.5.3	Selektivní faktory	36
3.6	Destinace cestovního ruchu.....	38
3.7	Hodnocení potenciálu destinace dle Bíny	39
3.7.1	Lokalizační podmínky složek cestovního ruchu dle Bíny (2002)....	40
3.7.2	Zařazení území dle lokalizačních podmínek.....	41
3.8	Marketing a propagace cestovního ruchu	45

3.8.1	Marketing destinace cestovního ruchu.....	45
3.8.2	Marketingový mix.....	46
3.9	Vinařství.....	47
3.9.1	Světové vinařství.....	47
3.9.2	Vinařské oblasti v České republice.....	50
3.9.3	Vinný turismus.....	53
4	Vlastní práce	54
4.1	Charakteristika zvolené destinace.....	54
4.2	Vinařská podoblast Litoměřice	56
4.2.1	Litoměřické vinařství	57
4.2.2	Žernosecké vinařství	58
4.2.3	Vinařství Třebívlice	58
4.2.4	Vinařská stezka v Litoměřicích.....	59
4.3	Lokalizační podmínky cestovního ruchu zvolené destinace.....	60
4.4	Dotazníkové šetření.....	74
5	Výsledky a doporučení.....	95
5.1	Zhodnocení výsledků a diskuse	95
5.2	Doporučení.....	99
6	Závěr.....	102
7	Seznam použitých zdrojů.....	104
8	Přílohy	110

Seznam obrázků

Obrázek 1	- Členění cestovního ruchu.....	19
Obrázek 2	- Systém cestovního ruchu.....	24
Obrázek 3	- Služby v cestovním ruchu	29
Obrázek 4	- Různé typy stravovacích služeb	32
Obrázek 5	- Vývoj plochy vinic ve světě v mil. ha.....	48
Obrázek 6	- Vývoj produkce vína ve světě v mil. hl.....	48
Obrázek 7	- Vývoj plochy vinic v ČR od vstupu do EU (ha)	49
Obrázek 8	- Interaktivní mapa vinařských oblastí ČR.....	51
Obrázek 9	- Nejrozšířenější odrůdy v Čechách	52
Obrázek 10	- Vinařská oblast Čechy.....	54
Obrázek 11	- ORP Litoměřice	55

Obrázek 12 - ORP Lovosice	56
Obrázek 13 - Vinná stezka Litoměřice	60
Obrázek 14 - Labská stezka	62
Obrázek 15 - Litoměřická vinařská podoblast	110
Obrázek 16 - Vinice ve velkých Žernosekách	110
Obrázek 17 - Hrad Litoměřice	111
Obrázek 18 - Vinice na Litoměřicku.....	111
Obrázek 19 - Píšťanské jezero u Žernosek	112
Obrázek 20 - Etiketa s Ulrikou von Levetzow.....	112
Obrázek 21 - Vinné sklepy v Žernosekách	113
Obrázek 22 - Plochy vinic v ČR dle podoblastí.....	113
Obrázek 23 - ORP Litoměřice a Lovosice s vysvětlivkami.....	114

Seznam grafů

Graf 1 - Zájem o cestování po ČR	75
Graf 2 - Nejčastější partner na cestování	76
Graf 3 - Četnost výjezdů	77
Graf 4 - Obvyklá náplň dovolené.....	78
Graf 5 - Nejčastější způsob dopravy	79
Graf 6 - Nejčastější typ ubytování	80
Graf 7 - Preference ročního období.....	81
Graf 8 - Zdroj povědomí o vinném turismu	82
Graf 9 - Konzumace vína	83
Graf 10 - Navštívené akce spojené s vínem.....	84
Graf 11 - Zájem o vinařské akce a aktivity	85
Graf 12 - Povědomí o Vinařské podoblasti Litoměřice	86
Graf 13 - Návštěvnost Litoměřické vinařské podoblasti	87
Graf 14 - Zájem o ubytování na vinicích	89
Graf 15 - Pohlaví respondentů	90
Graf 16 - Věková struktura respondentů.....	91
Graf 17 - Struktura respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání	91
Graf 18 - Sociální postavení respondentů	93
Graf 19 - Bydliště dotázaných	94

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Hodnocení lokalizačních podmínek cestovního ruchu.....	40
Tabulka 2 - Zhodnocení lokalizačních podmínek zvolené destinace	73
Tabulka 3 - Zájem o cestování po ČR.....	74
Tabulka 4 - Nejčastější partner na cestování	75
Tabulka 5 - Četnost výjezdů	76

Tabulka 6 - Obvyklá náplň výjezdů.....	77
Tabulka 7 - Nejčastější způsob dopravy	78
Tabulka 8 - Nejčastější typ ubytování.....	79
Tabulka 9 - Preference ročního období.....	81
Tabulka 10 - Povědomí o vinném turismu.....	82
Tabulka 11 - Konzumace vína	83
Tabulka 12 - Navštívené akce spojené s vínem	84
Tabulka 13 - Zájem o vinařské akce a aktivity	85
Tabulka 14 - Povědomí o Vinařské podoblasti Litoměřice	86
Tabulka 15 - Návštěvnost Litoměřické vinařské podoblasti.....	87
Tabulka 16 - Povědomí o ubytování na vinicích	88
Tabulka 17 - Zájem o ubytování na vinicích	88
Tabulka 18 - Základní sociodemografické charakteristiky respondentů	89
Tabulka 19 - Další demografické rozdělení.....	92

Seznam použitých zkratk

CR.....cestovní ruch

ČR.....Česká republika

ORP.....obec s rozšířenou působností

HDP.....hrubý domácí produkt

1 Úvod

Cestovní ruch je v současné době velmi důležitým odvětvím ekonomiky většiny vyspělých států. Při dnešním zvyšování podílu obyvatel, kteří se stávají účastníky cestovního ruchu, je to jedna z oblastí ekonomiky států, která neustále dynamicky roste. Významný je CR pro většinu států nejen z pohledu ekonomického, ale také z hlediska sociálního rozvoje. Cestovní ruch se stává nástrojem celosvětové globalizace, jelikož má vliv na nezaměstnanost, HDP, příjmy státního rozpočtu či platební bilanci. Příznivě ovlivňuje také rozvoj kulturně-historických památek, sportu, infrastruktury a zvyšuje tak životní úroveň obyvatelstva. Vedle pozitivních přínosů cestovního ruchu stojí i ty negativní, jako je ničení přírodní krajiny vlivem nadměrného turismu, znečišťování ovzduší, či znehodnocování původních tradic v méně vyspělých zemích.

Rozdílný vývoj cestovního ruchu lze pozorovat nejen mezi státy, ale také mezi jednotlivými kraji v ČR. Každý kraj je jinak atraktivní a zcela unikátní a díky svým jedinečným předpokladům se rozvíjí každý s jinou intenzitou a v jiném časovém období. To dokládá i fakt, že z hlediska jednotlivých oblastí zde existuje určitá disparita v návštěvnosti těchto destinací.

Tato diplomová práce se zabývá zhodnocením potenciálu cestovního ruchu destinace Litoměřické vinařské podoblasti, která byla dle územního členění zúžena na obce s rozšířenou působností Litoměřic a Lovosic. Litoměřicko je velmi turisticky vyhledávanou oblastí pro množství zachovalých kulturně historických památek, zajímavých akcí v průběhu celého roku a také disponuje členitým rázem malebné krajiny v Labském údolí, v němž se na terasovitých svazích pěstuje vinná réva.

Zkoumaná oblast vykazuje velmi dobré lokalizační podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a nabízí se tak prostor pro vylepšení a realizaci některých aktivit spojených s vinným turismem, které by mohly tuto opomíjenou vinařskou oblast přiblížit potenciálním účastníkům cestovního ruchu.

Za účelem zvýšení atraktivity jakékoliv lokality je důležité zacílit na správné skupiny potenciálních účastníků cestovního ruchu a volit vhodné nástroje pro rozšíření povědomí o vybrané destinaci a službách, či aktivitách, které turistům nabízí. Vinný turismus se tak může ve vybrané destinaci stát vítaným ekonomickým přínosem pro celou oblast.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je zhodnocení celkového potenciálu cestovního ruchu zvolené destinace se zřetelem na vinný turismus a zjištění názorů a preferencí účastníků cestovního ruchu prostřednictvím provedeného výzkumu formou dotazníkového šetření. Na základě získaných dat dále zpracovat výsledky a následně předložit návrhy a doporučení, která by mohla přispět ke zvýšení atraktivity a zlepšení propagace zkoumané destinace pro účastníky cestovního ruchu.

Hlavním cílem je splnění následujících dílčích úkolů:

- popsat teoretická východiska, která souvisí s problematikou cestovního ruchu,
- charakterizovat vybranou destinaci a zhodnotit její potenciál cestovního ruchu dle zvolené metody,
- zrealizovat výzkum prostřednictvím dotazníku,
- vyhodnotit a následně interpretovat výsledky dotazníkového šetření,
- vypracovat návrhy a doporučení pro zvýšení propagace a zlepšení rozvoje cestovního ruchu ve zvolené destinaci.

2.2 Metodika

Metodika teoretických východisek se zakládala na studiu dostupné literatury, především odborných knih a vhodných aktuálních elektronických zdrojů pojednávajících o dané problematice. Tato část byla zpracována prostřednictvím metody zkoumání dokumentů a za pomoci komparace a syntézy informací.

Ve vlastní části práce byla charakterizována zvolená destinace cestovního ruchu, jejíž vymezení není v odborné literatuře přesně stanoveno. Území bylo zvoleno na základě definice destinace cestovního ruchu, jež říká že „*destinací může být jakýkoliv svazek různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu místa, nebo oblasti*“ (Palatková, 2006).

Vycházelo se z oficiálního členění vinařských podoblastí v rámci vinařské oblasti Čech. Dále proběhlo zúžení destinace dle územního dělení na obce s rozšířenou

působností, kdy byly následně vybrány dvě ORP prolínající se v těchto dvou územních celcích.

Za účelem naplnění stanovených cílů byly využity následující metody:

- popisná analýza,
- pozorování,
- zkoumání dokumentů,
- dotazníkové šetření.

Popisná analýza

Pro zjištění podrobných informací o zkoumané destinaci bylo využito popisné analýzy. Bylo nezbytné, aby se autorka detailně věnovala vybrané problematice a důkladně popsala její vlastnosti, typologii a klasifikaci dle daných kritérií. Této metody bylo využito především v první části práce, která se zaměřuje na oblast cestovního ruchu. Teoretická část byla zpracována na základě informací z odborné literatury zabývající se problematikou cestovního ruchu a turismu.

Všechny odborné zdroje, z nichž bylo při psaní práce čerpáno jsou zaznamenány v seznamu použité literatury a jsou rozděleny na zdroje tištěné a elektronické. Dále bylo popisné analýzy využito ve vlastní části práce při popisu charakteristiky zvolené destinace.

Pozorování

Charakteristické pro metodu kvalitativního výzkumu zvanou pozorování je to, že ji lze uplatňovat bez aktivní účasti pozorovaného objektu. Rozsah pozorování je vždy předem určen.

Autorka metodu pozorování použila při osobních návštěvách ve sledované oblasti za účelem zmapování aktuálního potenciálu cestovního ruchu ve vybrané destinaci. Výsledky pozorování částečně přispěly k výpočtu zhodnocení potenciálu cestovního ruchu ve zkoumané lokalitě dle Bínovy metody (2002).

Zkoumání dokumentů

Dokumenty se rozumí tištěné i elektronické knihy, novinové články, akademické práce a v podstatě jakákoliv další tvorba lidské činnosti (Hendl, 2005).

Na základě této metody byla zpracována teoretická východiska a také značná část vlastní práce, konkrétně kapitoly 4.1 – 4.3 ve kterých byla podrobně charakterizována zvolená destinace a následně rozebrány dílčí složky lokalizačních podmínek potenciálu

cestovního ruchu. Kategorie faktorů ovlivňujících hodnocení cestovního ruchu byly popsány dle metody Bíny (2002)

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je jedním z nejčastěji využívaných způsobů kvantitativního sběru primárních dat určených k pozdějšímu vyhodnocení. (Jašíková 2009)

Při sestavování dotazníku byla klíčová jeho struktura, skladba a pořadí otázek. Také byla nesmírně důležitá vzájemná provázanost otázek, jejich smysluplné větvení, aby tvořily logický celek. Dotazník by neměl být zbytečně komplikovaný a dlouhý, aby respondenty neodradil během vyplňování. V neposlední řadě byla důležitá distribuce dotazníku a získání potřebného počtu respondentů, a dále byl klíčový způsob interpretace získaných výsledných dat.

Pro potřeby diplomové práce byl dotazník sestaven převážně z uzavřených otázek, ve kterých respondenti mohli odpovídat vybráním jedné, nebo u některých otázek možno i více odpovědí. Otázky byly orientované na zjištění, jak moc jsou respondenti ochotni cestovat, za jakých podmínek a jaký je nepravděpodobnější cíl jejich zájmu při cestování a zda je pro ně vybraná destinace a zaměření na vinný turismus vůbec atraktivní.

Dotazníkové šetření probíhalo v období od 6.1.2021 do 15.2.2021 a zúčastnilo se ho 308 respondentů. Detailnější výstupy a charakteristika sledovaného vzorku byly podrobně zpracovány a interpretovány za pomoci tabulek a grafů v kapitole 4.4, kde byly také následně vyhodnoceny a okomentovány.

3 Teoretická východiska

Kapitoly v teoretické části diplomové práce se zabývají zkoumáním informací získaných z odborných publikací a následnou syntézou těchto dat. Vymezují problematiku cestovního ruchu, popisují jeho složky, kterými jsou objekt, subjekt a předmět. Cestovní ruch je také rozebírán z pohledu typologie, a to na druhy a formy cestovního ruchu. Pozornost je rovněž zaměřena na služby v cestovním ruchu, zejména na dopravní, ubytovací a stravovací.

Následně je charakterizována destinace cestovního ruchu a obecné předpoklady rozvoje cestovního ruchu, jimiž jsou realizační, selektivní a lokalizační faktory, kterým bude věnována kapitola i ve vlastní části diplomové práce se zaměřením na konkrétní destinaci. V závěru teoretická část pojednává o hodnocení potenciálu destinace dle metody Bíny (2002) a o vinném turismu, na který se tato práce blíže zaměřuje.

3.1 Cestovní ruch

V průběhu vývoje moderní společnosti se cestovní ruch stává stále více neodmyslitelnou součástí lidského života. Každý rok přibývá lidí, kteří opouští svá bydliště za účelem rekreace, zotavení, poznání či turistiky.

CR je také významným ekonomickým faktorem pro rozvoj světové ekonomiky a důležitým polem příležitostí pro podnikání. CR se podílí na příjmech do národních i světových rozpočtů, zaměstnanosti, HDP (Hrubý Domácí Produkt) a celkovém hospodářství států (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.1.1 Vymezení cestovního ruchu

Termín cestovní ruch je samozřejmě odvozen od slova cestování, nicméně tyto dva pojmy se liší. Cestováním je možno rozumět výjezdy spojené s pobytem na jiném místě. Cestovní ruch však zahrnuje mnohem větší škálu činností. Je to jev zahrnující masu lidí ve spojitosti s poskytováním specifických služeb, jakými jsou stravování, ubytování, doprava, pojištění a jiné. Tyto služby zprostředkovávají konkrétní organizace zaměřené na cestovní ruch.

Existuje celá řada definic cestovního ruchu, ačkoliv hlavní myšlenka je v širším pojetí stále stejná, záleží pouze na vnímání a konkrétním pohledu autora na danou problematiku. První definice cestovního ruchu je spojována se dvěma švýcarskými vědci Kurtem Krapfem a Walterem Hunzikerem (1941), podle nichž je CR „*Souhrnem jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým bydlením ani zaměstnáním těchto osob*“ (Kotíková, 2013).

Pravděpodobně nejznámější novodobá definice cestovního ruchu vznikla v roce 1991 na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v kanadské Ottawě, kde Světová organizace cestovního ruchu neboli UNWTO (United Nations World Tourism Organization) stanovila unifikaci národních i nadnárodních pojmů cestovního ruchu. Od této konference je CR označován jako „*Činnost lidí cestujících na přechodnou dobu do místa nacházejícího se mimo jejich běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ (Beránek a kolektiv, 2013).

Stanovenou dobou je zamýšlena doba kratší než půl rok u domácího cestovního ruchu a jeden rok u zahraničního cestovního ruchu. Za cestovní ruch se nepovažuje dlouhodobá migrace, opakující se zahraniční cesty, ani přestěhování se za prací (Zelenka a Pásková 2012).

UNWTO je mezinárodní odborná organizace, která má za cíl podporovat rozvoj udržitelného a dostupného CR. Podle Ministerstva pro místní rozvoj ČR (2014) se UNWTO snaží pomocí Globálního etického kodexu cestovního ruchu podporovat subjekty v oblasti CR a posilovat tak přínos CR pro společnost, ale zároveň dbá na minimální negativní dopady CR na životní prostředí.

S další definicí přicházejí Goldner a Ritchie (2014) jež tvrdí, že „*Cestovní ruch je celosvětovým průmyslem zahrnujícím přepravu, ubytování a všechny ostatní složky (včetně propagace), které slouží potřebám a přáním obyvatelstva.*“.

Podle Nejdla (2011) jde o „*složitou a bohatě strukturovanou sociálně-ekonomickou kategorii kde se jedná o souhrn ekonomických a sociálních aktivit souvisejících s uspokojováním lidských potřeb*“.

Kiráľová a Straka uvádějí (2013) CR jako „*jeden z největších a nejdynamičtější se rozvíjejících průmyslů světa s příznivým dopadem na hospodářský růst, zaměstnanost,*

záchrana uměleckých a historických památek a zvyšující se všeobecnou úroveň vzdělání obyvatelstva“.

Jeden ze zahraničních autorů Page (2015) poukázal i na mezinárodní ekonomický význam tohoto oboru: *„Cestovní ruch je dobrovolná aktivita (lidé nejsou vyzýváni k provozování cestovního ruchu jakožto základní potřebě k přežití). Cestovní ruch má rostoucí ekonomický význam v celosvětovém měřítku, přičemž tempo růstu převyšuje míru hospodářského růstu. Mnoho zemí vnímá cestovní ruch jako příležitost k rostoucí míře zaměstnanosti“.*

Neustálý nárůst cestovního ruchu specifikoval ve své publikaci Wachowiak (2016) *„Pokračující globalizace podnítila růst cestovního ruchu tím, že otevřela příležitosti dané země vnějšmu světu, usnadnila hraniční přechody a vytvořila hospodářské oblasti volného obchodu a otevřené příhraniční oblasti, což naznačuje spojitost mezi cestovním ruchem a hranicemi. Čím dál častější vnímání společnosti světa jako "globální vesnice" v posledních letech vyvolalo nové otázky pro manažery cestovního ruchu a ukázalo zásadní význam zkoumání souvislostí v cestovním ruchu detailněji“.*

Beránek (2013) také ve své knize upozornil na zaměňování termínů: *„Pro vymezení cestovního ruchu se někdy používají i jiné termíny, např. rekreace, turistika apod., které však nelze chápat jako synonyma pojmu cestovní ruch. Rekreace je nejčastěji považována za činnost lidí, kteří se zabývají organizací a využíváním svého volného času. Někteří badatelé označují rekreaci za volný čas, během kterého dochází k reprodukci fyzických, intelektuálních a emocionálních sil“.*

3.2 Klasifikace cestovního ruchu

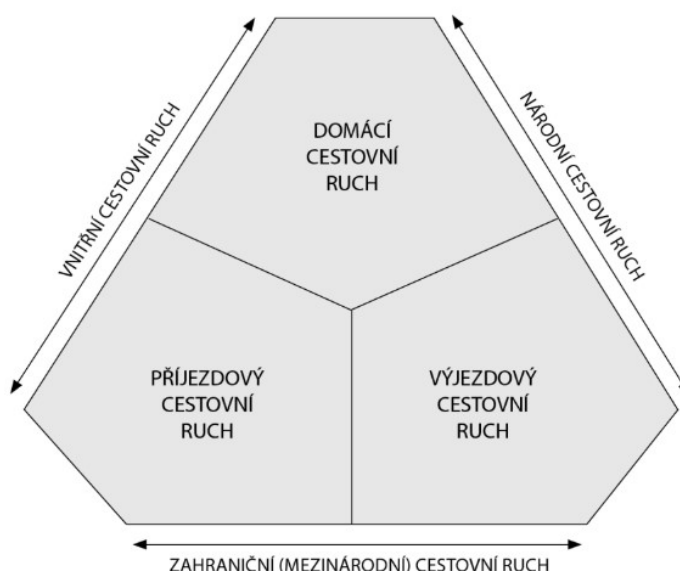
Cílem klasifikace cestovního ruchu je jeho vymezení a rozčlenění podle určitých znaků. Převážně v české a slovenské literatuře se můžeme setkat také s pojmem typologie cestovního ruchu, jenž se následně větví na druhy a formy cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu se člení na základě motivu účasti na cestovním ruchu. Naproti tomu formy cestovního ruchu se dělí podle konkrétních podmínek, při kterých k účasti na cestovním ruchu dochází. Toto označení však není vždy jednoznačné, v zahraniční literatuře se s typologií cestovního ruchu prakticky nesetkáme a rovněž i někteří domácí

autoři od ní již začínají upouštět. Vhodnější je tedy používat termín klasifikace cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

3.2.1 Členění cestovního ruchu

V souladu se Světovou organizací cestovního ruchu (UNWTO) bylo definováno základní rozdělení cestovního ruchu. Toto členění se řídí podle geografického hlediska a rozlišuje cestovní ruch na domácí a zahraniční, jenž se dále dělí na příjezdový a výjezdový cestovní ruch. Lépe je to znázorněno v následujícím schématu.

Obrázek 1 - Členění cestovního ruchu



Zdroj: Kotíková, 2013

Domácím cestovním ruchem (anglicky *domestic tourism*) se rozumí cestování v rámci území jednoho státu ohraničeným státními hranicemi tohoto státu. Ve chvíli, kdy se cílová destinace nachází za hranicemi daného (domácího) státu, již se jedná o zahraniční cestovní ruch, jenž představuje pohyb a pobyt osob daného státu na území jiného státu s překročením státních hranic. Zahraniční cestovní ruch se dále dělí na příjezdový cestovní ruch (anglicky *inbound tourism*) jenž představuje příjezd osob ze zahraničí a jejich pobyt na území daného státu, a výjezdový cestovní ruch (anglicky *outbound tourism*), který naopak znamená vycestování obyvatel dané země a jejich pobyt v jiném státě (Kotíková, 2013).

3.2.2 Druhy cestovního ruchu

Členění cestovního ruchu není v české ani zahraniční literatuře příliš jednoznačné. Jednotlivé skupiny se mezi sebou prolínají. Pro ucelení představy byly vybrány nejčastěji používané druhy rozdělení cestovního ruchu (Kotíková, 2013).

➤ **Rekreační cestovní ruch**

Rekreační cestovní ruch je podnikán za účelem odpočinku, regenerace a vystoupení z běžného stereotypu a načerpání nových sil a zlepšení kondice jak psychické, tak i fyzické. Rekreační pobyty mohou být aktivní, například s procházkami v přírodě, ale i pasivní, což může představovat odpočinek u moře.

➤ **Kulturně-poznávací cestovní ruch**

Účelem kulturně-poznávacího cestování je bezesporu poznání nové kultury, historie a sebevzdělání se v této oblasti. Poznávací cestovní ruch má význam v destinacích zahraničního ale i vlastního státu. Zájezdy trvají většinou několik dní s postupným přesouváním, patří sem i okružní jízdy či plavby se zastávkami, nebo také hvězdicovité výjezdy. Je vhodné si k tomuto typu cestovního ruchu zaplatit kvalitního průvodce, aby načerpání nových znalostí bylo maximální (Kunešová a Farková 2014).

➤ **Gastronomický cestovní ruch**

Podstata gastronomického, nebo jak někteří autoři uvádí gurmánského cestovního ruchu, spočívá v poznávání jídel a nápojů v cizích zemích a krajích. Objevování zahraniční kuchyně je často spojeno s poznáváním místní kultury a tradičních zvyků. Účastníci ochutnávají gastronomické speciality navštívené lokality. Jedná se nejen o tradiční pokrmy, ale součástí gastronomie je i místní výroba vína, piva, či specifických lihovin například rakije v Chorvatsku (Šauer, Vystoupil a Holešinská 2015).

V České republice jsou velice oblíbené události jako jsou vinobraní, zvěřinové hody nebo pivní slavnosti (Ryglová, 2009).

➤ **Lázeňsko-léčebný cestovní ruch**

Tento typ cestovního ruchu je v dnešní uspěchané době velice oblíbený díky množství nabídek wellness pobytů na našem trhu. Spadají sem však především lázeňské pobyty s opravdovými léčebnými účinky termálních a minerálních pramenů a s nimi spojených koupelí či degustací minerálních vod. Obsahují různé rehabilitační programy s masážemi a odbornou fyzioterapií a různými preventivními procedurami. Cílem tohoto typu cestovního ruchu je relaxace a péče o tělo i duši (Hesková, 2011).

➤ **Sportovně-turistický cestovní ruch**

U sportovně – turistického cestovního ruchu se pochopitelně jedná o aktivní formu cestovního ruchu. Nicméně je možné ho pojmout i pasivní formou, například zájezdem na fotbalové utkání, či navštívení hokejového zápasu ve vzdálenějším místě. Aktivní cestovní ruch je provozován za účelem fyzické aktivity, posílení fyzické kondice, udržování zdraví a spojuje rekreaci, někdy i poznání se sportem. Není limitován ročním obdobím, patří sem nejrůznější druhy sportů včetně lyžování, pěší a horské turistiky, cykloturistiky, vodních sportů a jiných. K turistice patří také kempování a karavanning. Do sportovně - turistického cestovního ruchu patří i dobrodružný CR, spojený například s extrémními sporty, lety balonem, paraglidingem či potápěním.

➤ **Náboženský cestovní ruch**

Náboženský cestovní ruch je spojen s tradicemi světových náboženství, od kulturního je odlišený právě náboženskými motivy. Jedná se nejčastěji o poutě. Poutníci procházejí svatými místy, podstupují náboženské akty, účastní se modliteb, meditací a jiných forem pobožnosti. Nejznámější místa spojená s náboženstvím jsou Jeruzalém, Vatikán, Mekka, Benáres v Indii, či Adamův Štít na Srí Lance (Šauer, Vystoupil a Holešinská 2015).

➤ **Obchodní cestovní ruch**

Obchodní cestovní ruch se v jiných publikacích označuje též jako kongresový cestovní ruch. Tyto dva pojmy jsou spolu však úzce spjaty. Jedná se o cestování za účelem navštívení nějakého kongresu, konference, semináře, výstavy atd. Ve své

podstatě je to stále služební, nebo dalo by se říct obchodní cesta. Typické jsou pro tyto cesty velká města a nezávislost na ročním období, ve většině případů se tyto akce konají mimo sezonu (Hesková, 2011).

➤ **Tematický cestovní ruch**

Tematický cestovní ruch je poměrně úzce zaměřený na specifické zájmy účastníků a zprostředkovává jim komplexní zážitek v krátkém čase a na poměrně malém prostoru. Do tohoto odvětví spadají tematické zájezdy do zábavních parků, například do světa Walta Disneye - Disneylandu v Kalifornii či v Paříži, nebo do parku s výstavou stavebnice Lega - Legolandu v Dánsku, či do britských filmových studií Warner Bros s rekvizitami oblíbených filmů jako například Harryho Pottera v Londýně, nebo studií Universal Studios na Floridě.

Často bývají tyto druhy ještě doplňovány o cestovní ruch za účelem **návštěvy příbuzných a známých** (Šauer, Vystoupil a Holešinská 2015).

3.2.3 Formy cestovního ruchu

Šauer, Vystoupil a Holešinská (2015) uvádějí klasifikaci cestovního ruchu, jež se určuje podle klíčových kritérií a způsobu realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a dalších podmínkách.

Například pro dobu trvání pobytu jsou hranicí tři přenocování pro rozdělení na **krátkodobý** či **dlouhodobý** cestovní ruch. Samostatně si stojí jednodenní pobyty, jelikož neobsahují ubytování.

Z hlediska způsobu zajištění plánované cesty ho dělí na **organizovaný** a **neorganizovaný**. V případě, že je cestovní ruch organizován cestovní kanceláří, cestovní agenturou či jiným zprostředkovatelským subjektem, jde o organizovaný CR.

Podle lokality pobytu můžeme cestovní ruch klasifikovat na **venkovský, městský, lázeňský, přírodní**, či **vodní**, do něhož se zahrnuje i **přímořský** cestovní ruch.

Další členění může být hodnoceno **podle věku účastníků** na turismus dětí, mládeže, seniorů, nebo rodin s dětmi či bez. Podle počtu účastníků se také dělí na **individuální** a **kolektivní** CR (Kotíková, 2013).

Další členění, které je používáno světovou organizací turismu (UNWTO) se zabývá převažující mírou motivu a dělí CR na **osobní a profesní či obchodní** turismus (Palatková, Mráčková, Kittner 2013).

3.3 Složky cestovního ruchu

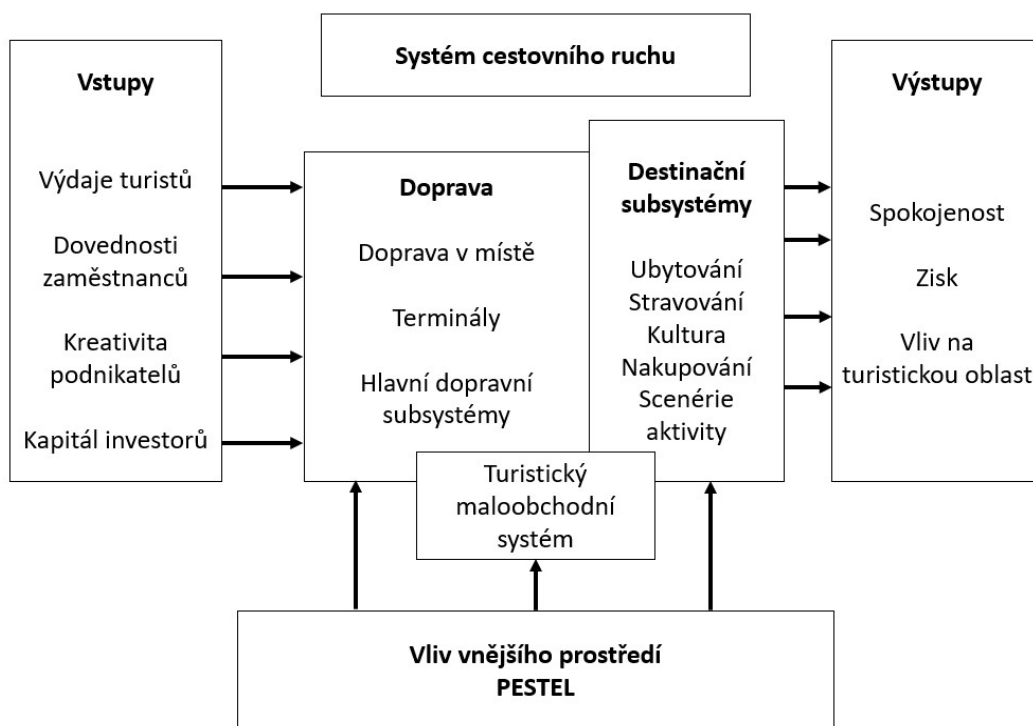
Cestovní ruch může být charakterizován jako systém sestávající ze tří podsystémů, mezi nimiž jsou určité vzájemné vztahy. Tyto podsystémy se nazývají: objekt, subjekt a předmět cestovního ruchu.

3.3.1 Systémové pojetí cestovního ruchu

Jak již bylo řečeno, cestovní ruch je určitý systém, který disponuje třemi subsystemy – objektem, subjektem a předmětem cestovního ruchu. Stěžejní jsou první dva, tedy objekt, který představuje cílové místo, podniky a organizace zajišťující služby cestovního ruchu a subjekt, jenž představuje účastníka CR - návštěvníka, který vystupuje jako spotřebitel výrobků a služeb cestovního ruchu. Tento systém je ovlivněn silami z vnějšího prostředí, proto je z marketingového hlediska důležité porozumět chování jednotlivců jakožto potenciálních klientů. Zjistit, jak se rozhodují, za co utrácejí své peníze, jak tráví svůj volný čas a co vyhledávají (Jakubíková, 2012).

Na obrázku číslo 2 je znázorněn systém cestovního ruchu s působením z vnějšího prostředí.

Obrázek 2 - Systém cestovního ruchu



Zdroj: Laws in Jakubíková, 2012

3.3.2 Objekt cestovního ruchu

Objektem cestovního ruchu rozumíme vše, co se může stát cílem plánované cesty účastníka cestovního ruchu. Objekt může představovat konkrétní destinaci zahrnující turistická centra, přírodní či historické komplexy, ale i podniky jejichž služby chtějí účastníci CR využít. Lidé budou cestovat do vybrané destinace pouze v případě, že splňuje určité předpoklady a naplní se tak jejich potřeby. Z ekonomického hlediska tvoří objekt tedy nabídku (Beránek a kolektiv 2013).

Primární nabídka musí disponovat velkým potenciálem, nacházet se v oblasti v dostatečném množství a kvalitě, aby vyvolávala návštěvnost a zákazníci ji vyhledávali. Prvky primární nabídky jsou přírodní a kulturně historické, tak aby účastníci mohli naplňovat svoje potřeby skrze poznávání přírodního či kulturního prostředí.

Na druhou stranu sekundární nabídka spočívá v infrastrukturním vybavení a obsahuje zmíněné podniky a zařízení spojené s cestovním ruchem a vybavené službami, jež si účastníci CR žádají. Mezi tyto služby patří například stravování, přechodné

ubytování a jiné rekreační, sportovní a zábavní aktivity. Sekundární nabídka je závislá na té primární, například v lázeňských městech těží ubytovací zařízení z lákadla ve formě přírodních léčivých pramenů. Rekreační střediska se zase vyskytují v oblastech s možnostmi koupání a výletů do přírody. Lyžařská střediska využívají blízkosti hor a lyžařských svahů. Důležitým aspektem pro infrastrukturní vybavenost je přístup do těchto turisticky atraktivních území a možnost využívání jejich aktivit (Beránek a kolektiv 2013).

3.3.3 Subjekt cestovního ruchu

Subjektem cestovního ruchu je každý účastník cestovního ruchu, tedy spotřebitel produktu. Z ekonomického hlediska stojí na straně poptávky a uspokojuje své turistické, cestovatelské, odpočinkové či jiné potřeby. Subjekty dělíme na několik podkategorií účastníků cestovního ruchu (Beránek a kolektiv 2013).

Návštěvník je osoba, která vycestuje za hranice svého státu (ve kterém má trvalé bydliště), nebo na jiné místo ve své zemi mimo své bydliště, a to za účelem jiným, než je výdělečná činnost v navštíveném místě. Vycestování jako návštěvník je možné na dobu kratší než jeden rok do zahraničí a půl roku ve své zemi.

Tranzitní návštěvník je osoba, která přes danou lokalitu projíždí a zastaví se zde, ale dále pokračuje do své cílové destinace. Může se jednat o jednodenního návštěvníka, ale i o turistu, který stráví v dané zemi či lokalitě alespoň jednu noc.

Turista, jak již bylo zmíněno je návštěvník, jenž cestuje do místa mimo své trvalé bydliště na dobu, která zahrnuje minimálně jedno přenocování v daném místě a nepřekročí dobu delší než jeden rok. Účel cestování by měl být jiný než výdělečná činnost (Hamarneh, 2014).

Výletník, nebo jednodenní návštěvník, cestuje do destinace v průběhu 24 hodin bez přenocování v místě.

Stálý obyvatel (rezident) je v domácím cestovním ruchu osobou, jež žije v dané destinaci minimálně šest po sobě jdoucích kalendářních měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců. V mezinárodním měřítku se pak jedná o roční lhůtu pobytu v dané lokalitě (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.3.4 Předmět cestovního ruchu

Předmět cestovního ruchu lze chápat jako turistický produkt, jímž účastníci cestovního ruchu uspokojují své potřeby. Může se jednat o spotřební komplex, jenž zahrnuje výrobek, službu nebo jejich soubor, které produkuje a nabízí zvolená destinace a podniky v této oblasti. Nejtypičtějším produktem cestovního ruchu je zájezd, tedy v podstatě výrobek cestovních kanceláří. Zájezd představuje již konkrétní kombinaci služeb za předem stanovenou celkovou cenu (Beránek a kolektiv 2013).

Přesnější znění vyjadřuje § 1 odst. 1 zákona č. 159/1999Sb. o některých podmínkách v oblasti cestovního ruchu, který definuje zájezd jako *„soubor alespoň dvou různých typů služeb cestovního ruchu podle §1a, jejichž poskytování přesahuje 24 hodin, nebo zahrnuje nocleh a jsou nabízeny, zprostředkovávány a prodávány za předem smlouvenou souhrnnou cenu.“* V případě, že se tato kombinace služeb přeprodává dalšímu podnikateli za účelem podnikání nelze ji již považovat za zájezd (Zákon č. 159/1999 Sb., 2018).

Základní tři typy zájezdů se dělí na pobytový, poznávací a takzvaný hvězdicovitý.

- **Hvězdicovitým** zájezdem, je myšleno setrvání klienta na jednom místě s každodenním vyjížděním do okolí na jednodenní výlety a následným vrácením se zpět do výchozího ubytovacího zařízení.
- **Poznávací** zájezd je ve většině případů doprovázen průvodcem, ale není to pravidlem. Místo pobytu se mění a cestování tohoto typu je možné jak pro jednotlivce, tak pro větší skupiny osob.
- **Pobytovým** zájezdem se rozumí ubytování účastníka na jednom místě po celou dobu zájezdu a jsou to většinou pobyty odpočinkové s využíváním služeb cestovního ruchu jakou je například stravování (Palatková, Mráčková, Kittner 2013). Další rozdělení zájezdů se určuje podle různých hledisek.

3.4 Služby v cestovním ruchu

Cestovní ruch je odvětví ekonomiky, jehož velkým podílem jsou služby zprostředkovávané v cestovním ruchu. Na mezinárodní úrovni zajišťují podporu a rozvoj

těchto služeb velké organizace jako jsou Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO), a Organizace pro hospodářskou organizaci a rozvoj (OECD) (Hesková, 2011).

Služby poskytované v cestovním ruchu jsou dosti nesourodé, proto pro ně byla vytvořena určitá klasifikace podle různých specifických hledisek (Jakubíková, 2012).

3.4.1 Klasifikace služeb v cestovním ruchu

Podle významu ve spotřebě účastníků

- základní – zahrnuje přepravu účastníků cestovního ruchu do rekreační oblasti a služby s pobytem spojené, jakožto služby stravovací, ubytovací, dopravní,
- doplňkové – doplňkové služby se odvíjejí od možností aktivit a charakteristických vlastností konkrétního místa pobytu.

Podle charakteru spotřeby

- osobní – u osobních služeb se užitný efekt dostaví okamžitě, například při odnesení zavazadel,
- věcné – naopak u věcných se ukáže až později, skrze hmotný statek, jako příklad se uvádí úprava lyžařské výstroje.

Podle způsobu úhrady

- služby placené,
- služby neplacené.

Podle místa

- služby v rekreačním prostoru,
- služby poskytované během přepravy,
- služby poskytované v místě obvyklého pobytu (Jakubíková, 2012).

Podle způsobu zabezpečení

- služby obstarávané – klasickým příkladem jsou cestovní kanceláře či cestovní agentury, které zajistí zprostředkování všech služeb,
- služby poskytované dodavatelským způsobem – jedná se o služby stravovací, nebo hlavně ubytovací, u nichž nebyl využit prostřední článek

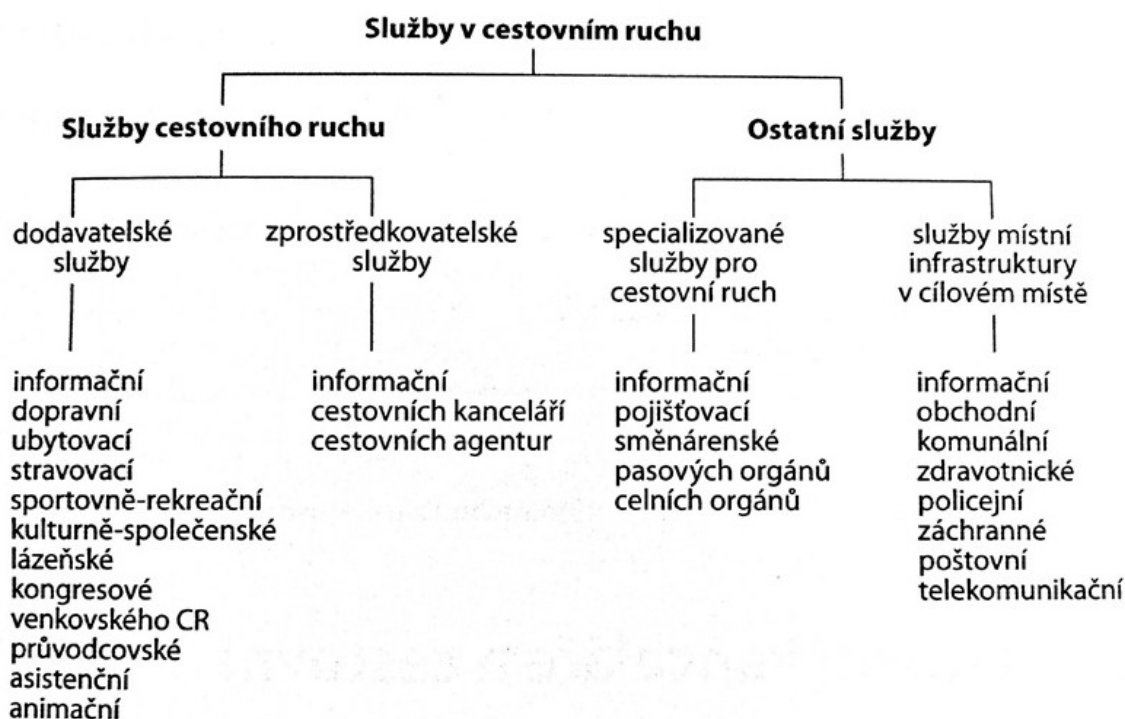
cestovních kanceláří nebo agentur a účastník si tyto služby zajistil přímo u dodavatele.

Z hlediska funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků CR

- dopravní,
- ubytovací,
- stravovací,
- zprostředkovatelské,
- společensko-kulturní,
- sportovně-rekreační,
- lázeňsko-léčebné,
- směnářské,
- průvodcovské,
- informační,
- obchodní,
- komunální,
- horská služba,
- zdravotní,
- celní a jiné,

V následujícím schématu na obrázku číslo 3 je podrobné znázornění klasifikace těchto služeb cestovního ruchu (Jakubíková, 2012).

Obrázek 3 - Služby v cestovním ruchu



Zdroj: Hesková, 2011

3.4.2 Ubytovací služby

Dle Jakubíkové (2012) lze funkci ubytovacích služeb definovat jako „možnost ubytování mimo místo obvyklého pobytu účastníka cestovního ruchu včetně uspokojení jeho dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným pobytem souvisejí“.

Prapůvodní ubytovací služby vznikaly v zájezdních hostincích, kde se ubytovali lidé cestující za obchodem. Hotel jako ubytovací zařízení se však objevuje až na přelomu 18. a 19. století a jeho název byl převzat z francouzštiny. Další výraznější rozšíření poskytování ubytování přišlo s rozvojem automobilismu a cyklistiky. Rozvoj hotelnictví byl patrný po celém světě. Velké hotelové komplexy vznikaly na přelomu 19. a 20. století a začaly se sdružovat a více koncentrovat, což je možné sledovat i v dnešní době, kdy hotelnictví je na mezinárodní úrovni a největší procento obrátu obstarávají velké celosvětové řetězce.

Přestože ubytování není téměř nikdy cílem cesty, ale pouze podmínkou k uskutečnění cestování, tak ale nejvýraznější část příjmů v cestovním ruchu představuje právě ubytování (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Pro členění ubytovacích zařízení existuje několik kategorií podle různých charakteristik. Zde se uvádí několik příkladů členění.

Podle charakteru zařízení na:

- Pevné (hotely, penziony, motely, ubytovny, chaty, soukromé ubytování, nebo kempy),
- Pohyblivé (lůžkové vozy ve vlacích, lodě, obytné přívěsy a obytné automobily),

Podle způsobu využití na:

- zařízení volného cestovního ruchu,
- zařízení vázaného cestovního ruchu,

Podle časového využití na:

- celoroční,
- dvou sezónní (obojí, léto i zima),
- jedno sezónní (pouze jedno, léto nebo zima),

Podle velikosti na:

- velké (251 a více pokojů),
- střední (101 – 250 pokojů),
- malé (méně než 100 pokojů).

V katalogích cestovních kanceláří se však ubytovací zařízení člení jiným způsobem, který je mnohem jednodušší pro cílové požadavky jednotlivých zákazníků. Toto dělení se taktéž často používá pro marketingové účely v průvodcích a různých nabídkách ubytování. Pro účely této práce bylo toto členění dále doplněno o další zařízení spadající pod hromadná a individuální ubytovací zařízení (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Hromadná ubytovací zařízení:

- Hotel,
- Hotel garni (poskytuje pouze omezené stravovací služby),
- Motel (rozšířené služby pro motoristy),
- Botel,

- Penzion (v angličtině hojně využívaný výraz „bed and breakfast“ neboli ubytování se snídaní),
- Kemp,
- Chatová osada,
- Turistická ubytovna.

Individuální ubytovací zařízení je pojem využívaný pro pronájem ubytování v soukromí s vlastním stravováním a zahrnuje následující typy ubytování:

- Apartmány,
- Chaty, chalupy,
- Obytná auta, přívěsy (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

S ohledem na to, jak postupně stoupají nároky turistů a zvyšuje se konkurence, došlo k rozšiřování nabídky ubytovacích zařízení o různé nové trendy jako jsou wellness centra, pořádání konferencí a kongresů, či jiných událostí, slavností a akcí (Jakubíková, 2012).

3.4.3 Stravovací služby

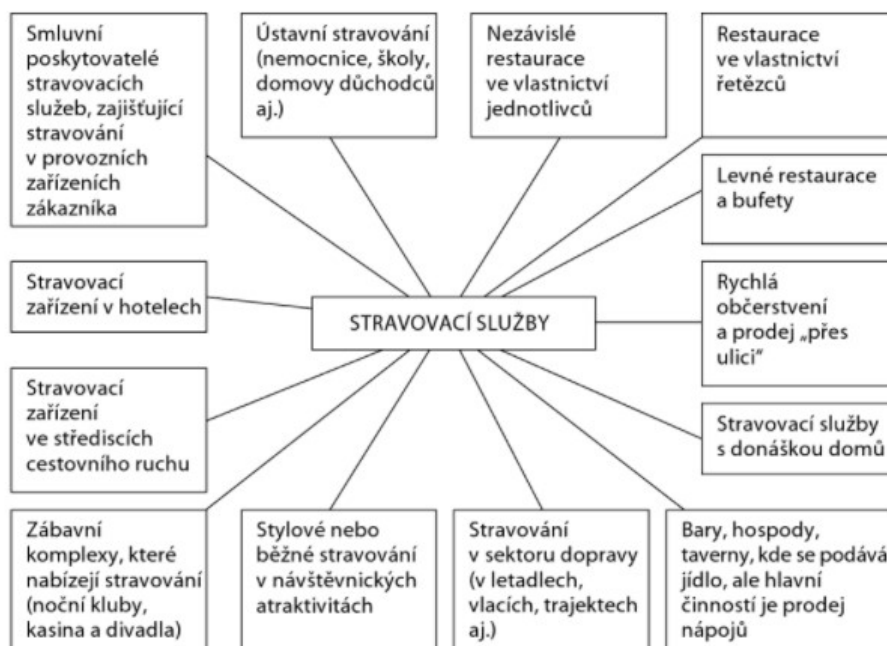
Neopomenutelnou součástí cestovního ruchu jsou zajisté stravovací služby. Jak uvádí Jakubíková (2012) „*stravování souvisí s uspokojením potřeby výživy člověka a charakter uspokojování této potřeby závisí na stupni společenského vývoje*“.

Současně s rozvojem ubytovacích služeb, zejména těch hotelových, se rozvíjely i služby stravovací, které jsou poskytovány v různých zařízeních, podle typu jeho dalšího využití. Některé provozovny nabízející stravovací služby jsou označovány jako gastronomická zařízení (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Mezi nejrůznější typy provozoven stravovacích služeb patří restaurace, rychlá občerstvení jako jsou bufety, kiosky, nebo například kantýny v nemocnicích, či firmách. V případě těchto provozoven se nejedná primárně o zacílení na turisty, jelikož jsou přístupná i široké veřejnosti a slouží ke stravování i místních obyvatel (Jakubíková, 2012).

Různé typy stravovacích zařízení jsou znázorněny na obrázku číslo 4.

Obrázek 4 - Různé typy stravovacích služeb



Zdroj: Horner a Swarbrooke, 2003

Každý zákazník má svoje preference a nároky pro výběr stravovacího zařízení, a tak trh stravovacích služeb musí být opravdu pestrý, jak lze vidět na obrázku číslo 4. Záleží také na typu zařízení, někde zákazník ocení příjemnou obsluhu, jinde širokou nabídku, či nápadité tematické prostředí a atmosféru. Jiní zase ocení rychlost přípravy objednávky (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Obzvláště v této pandemické době se bohužel nároky na stravovací zařízení výrazně mění, jelikož už téměř rok smí restaurace a jiná gastronomická zařízení obsluhovat své zákazníky pouze přes výdejní okénko a nabízet jídla s sebou. Mnoho podniků se této formě muselo přizpůsobit a upravit svoji nabídku i způsob přípravy či servírování jídel. Nezbyvá než jen doufat, že se situace brzy uklidní a vrátí do normálu, kdy budou moci fungovat všechna stravovací zařízení v rámci ubytování i mimo něj.

Ubytovací služby se dělí i ve spojitosti s formou poskytovaného stravování. Například ubytování se snídaní tzv. „Bed and Breakfast“, nebo polopenze zahrnující snídani a večeři v místě ubytování či plná penze zajišťující stravování v místě ubytování po celý den. Oblíbené je také tzv. „All inclusive“ zahrnující neomezenou možnost stravování a nápojů jak nealkoholických, tak i alkoholických, a to po celý den. Dalším typem je

stravování v dopravních prostředcích během cestování. Jedná se především o omezený sortiment občerstvení v letadlech, nebo tzv. „jidelní vozy“ ve vlacích (Hesková, 2011).

V cizině se často ve spojení se stravováním vyskytuje výraz catering. U nás se však tento termín využívá pouze pro specifickou formu stravovacích služeb, kdy profesionální výroba jídla probíhá mimo místo jeho konzumace. Catering zahrnuje přípravu jakéhokoliv jídla, jeho dopravu na místo určení, často tato služba obsahuje i obsluhu a servírování (Jakubíková, 2012).

V poslední době se velmi rozvíjí tzv. gastro turismus neboli cestovní ruch spojený s ochutnáváním a degustacemi místních nápojů a pokrmů typických pro danou lokalitu. Regiony se snaží přilákat turisty na svoji typickou gastronomii, nejčastěji jde o speciální místní piva a vína, nebo o tradiční pokrmy. Gastronomická turistika v podstatě položila základy tzv. vinnému turismu, o němž pojednává tato práce (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.4.4 Dopravní služby

Doprava je nejen nedílnou součástí sektoru služeb, ale hlavně je významnou podmínkou pro uskutečnění cestovního ruchu. Z definice cestovního ruchu vyplývá, že pohyb osob do místa vzdáleného od jejich obvyklého bydliště, za různými účely je třeba nějakým způsobem uskutečnit a k tomu se samozřejmě využívá dopravních služeb (Jakubíková, 2012).

Uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu za pomoci dopravních služeb není jen samotná přeprava osob a jejich zavazadel, ale jsou zahrnuty i činnosti jako rezervování sedadel, poskytování informací o jízdních řádech a dopravních spojeních a také vyřizování reklamací. Výjimkou však jsou cesty za zaměstnáním a také migrace obyvatelstva, která do přepravních služeb taktéž nepatří (Hesková, 2011).

Dopravní služby zahrnují několik kategorií

- služby silniční dopravy,
- služby letecké dopravy,
- služby železniční dopravy,
- služby námořní a vnitrozemské lodní dopravy,
- služby vertikální dopravy, která zahrnuje vleky a lanovky,

- služby terénní dopravy (chůze, osli, koně, velbloudi a jiné),
- služby podpůrné,
- služby kosmické, které se objevují až v poslední době.

Téměř jakýkoliv druh dopravního prostředku znamená různě velké zatížení životního prostředí a může mít i vliv na kvalitu života, například stres při dopravních zácpách. Je tedy velice důležité rozvíjet ty dopravní služby, které mají schopnost zmírnit tyto negativní vlivy, jelikož je to v zájmu celé společnosti (Jakubíková, 2009).

3.4.5 Pojišťovací služby

Jako další službu v rámci cestovního ruchu lze označit pojištění. Účastníci cestovního ruchu si sjednávají pojištění, která by je měla ochránit před následky nenadálých situací, které mohou nastat v průběhu cestování. Jedná se především o případy krádeží, léčebných výloh apod. Základní cestovní pojištění však pokrývá jen část případů, které se mohou vyskytnout. Proto většina pojišťoven nabízí připojištění na různé typy situací, například:

- úrazové pojištění,
- pojištění storno cesty,
- pojištění zavazadel (při ztrátě například na letišti),
- pojištění odpovědnosti za škodu,
- připojištění rozšířených léčebných výloh,
- připojištění pro záchranné akce např. v horách (transport vrtulníkem),
- pojištění právní ochrany (při řešení právních sporů v zahraničí),
- pojištění domácnosti v době nepřítomnosti.

Většina pojišťoven také rozděluje pojištění podle území na Evropu a svět, nebo je pojištění omezené nadmořskou výškou například v horách (Hesková, 2011).

3.5 Faktory rozvoje cestovního ruchu

Rozvoj a rozmístění cestovního ruchu ovlivňuje mnoho činitelů, které lze z geografického a ekonomického hlediska rozdělit na tři skupiny ovlivňujících faktorů. První skupinou jsou faktory selektivní, možno najít v literatuře též jako stimulační faktory.

Druhou kategorií jsou lokalizační podmínky a třetí skupinu představují realizační faktory, jež umožňují opravdovou realizaci cestovního ruchu (Hrala, 2013).

3.5.1 Lokalizační faktory

Lokalizační podmínky tvoří jakousi fyzickou a objektivní základnu a schéma pro územní uspořádání za účelem uspokojování poptávky cestovního ruchu. O využití těchto faktorů však dále rozhodují faktory realizační a selektivní (Hrala, 2013).

Očima samotného cestovatele je možné lokalizační faktory laicky přiblížit jako „to, co se musí vidět“. Mezi lokalizační faktory pro cestovní ruch, jež lze definovat jako podmínky prakticky neměnné a dané územím, patří zejména **přírodní podmínky** jako jsou charakter terénu, klima, vodní poměry, rostliny a živočichové (flora a fauna) a jiné přírodní atraktivita. Obecně platí, že čím rozmanitější je fauna a flora (exotičtí živočichové a rostliny), příznivější klima a neobvyklejší charakter terénu (hory a pobřeží), tím významnější a lepší jsou předpoklady pro cestovní ruch v dané lokalitě při hodnocení těchto lokalizačních faktorů.

A dále do této kategorie spadají **atraktivita společenské**, například památky (nejvýznamnější jsou z hlediska hodnocení předpokladů takové památky, hrady a zámky které jsou zapsané na seznamu Světového kulturního dědictví UNESCO), dále gastronomie, zvyky, tradice a události tedy atraktivita, jež byly vytvořeny díky činnosti lidí.

Lokalizační podmínky ve velké míře určují, jaký cestovní ruch se bude v dané lokalitě rozvíjet a zda se bude jednat o dlouhodobé pobyty či krátkodobé návštěvy destinace. Například pokud se na území nachází hory a zasněžené svahy, pravděpodobně bude lokalita vhodná pro zimní sporty a horskou turistiku, naopak termální minerální prameny napovídají pro úspěch lázeňství, pokud je v lokalitě vhodné klima pro pěstování vína a rovné terény, zajisté se uplatní cyklistika a vinná turistika. Tyto faktory určují, na co by se měla oblast zaměřit a vymezit vůči konkurenci a jak využít plně svůj potenciál (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.5.2 Realizační faktory

Klíčové postavení mají pro finální fázi realizování různých forem cestovního ruchu právě realizační podmínky. Tyto faktory zahrnují tzv. materiálně technickou základnu (též někdy nazývanou infrastrukturou služeb), jež představuje ubytovací a stravovací služby, a většinou i služby zdravotnické péče (Hrala, 2013).

Také umožňuje pomocí dopravních služeb vůbec dosáhnout dané oblasti pro uskutečnění cestovního ruchu. Odpovídající nabídka těchto služeb je pro realizaci cestovního ruchu v dané oblasti nesmírně důležitá, musí splňovat dostatečnou kapacitu a také uspokojující kvalitu služeb (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.5.3 Selektivní faktory

Selektivní faktory, v některé literatuře uváděné jako stimulační faktory slouží ke stimulaci vzniku a rozvoje cestovního ruchu. Zjednodušeně řečeno v rámci cestovního ruchu jsou lokalizační faktory to, co turista „musí vidět“ a realizační faktory mu k tomu dopomohou dojet a umožní mu přespání a stravování. A právě selektivní faktory určují, zda v dané lokalitě může vůbec existovat nějaký cestovní ruch, jestli nějakí turisté vůbec přijedou, kolik jich bude a o koho se bude jednat (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Hrala (2013) se domnívá, že selektivní faktory mají v rozvoji cestovního ruchu zcela primární postavení. Faktem je, že jedině prostřednictvím stimulačních faktorů, je možné plně využít předpoklady pro cestovní ruch v dané konkrétní lokalitě. Následně se selektivní faktory rozdělují na dvě podskupiny. Těmito podskupinami jsou **Objektivní faktory** a **Subjektivní faktory**.

Dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) vyjadřují objektivní faktory konkrétní předpoklady účastníků cestovního ruchu k účasti na CR a dále popisují skupinu faktorů, které zkoumají, zda lze v dané oblasti uskutečňovat cestovní ruch. Těmito faktory jsou:

- **politické faktory:** u těchto faktorů záleží na vnitropolitické situaci a možnosti volného pohybu osob a obecně zachování míru ve světě. Pro intenzivní rozvoj cestovního ruchu je nesmírně důležité, aby byla v dané destinaci stabilní politická situace. Naopak při různých politických konfliktech či dokonce válečných stavech je cestovní ruch samozřejmě degradován. V případě

regionální úrovni CR je důležité pozitivní vnímání místních politiků a podpora z jejich strany pro projekty, na něž nedosáhnou evropské dotace.

- **demografické skutečnosti:** jak již název napovídá, se týkají demografických údajů jako je počet obyvatel v dané destinaci, jejich délka života, ekonomické postavení či mobilita a podobně. Lidský faktor vystupuje v cestovním ruchu ve dvou různých pohledech. Na straně nabídky jako pracovní síla a poskytovatel služeb cestovního ruchu a na straně poptávky jako jeho účastník tzn. zákazník, turista, spotřebitel. Na intenzivní růst cestovního ruchu má do značné míry vliv i zvyšující se životní úroveň obyvatelstva, a tedy potenciálních turistů. Ekonomicky lépe situovaní cestují vícekrát do roka, vyhledávají pobytově dražší, vzdálenější a luxusnější destinace. Tento vliv zaznamenává i venkovský cestovní ruch, jelikož lidé se z přeplněných městských aglomerací vrací zpět na venkov, obzvláště když mají děti (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).
- **ekonomické faktory:** mezi tyto faktory se řadí například čerpání prostředků z Evropských fondů, míra investic do prezentace konkrétní destinace, výše nerealizované kupní síly, nebo také výše reálné mzdy. Kvantifikovat vztah mezi ekonomikou a cestovním ruchem je možno pomocí několika ukazatelů, jež jsou například výdaje obyvatelstva na služby spojené s CR, výše devizových příjmů z aktivního CR, saldo zahraničního cestovního ruchu, nebo podíl pasivního cestovního ruchu, dále je důležitý ukazatel podílu služeb cestovního ruchu na tvorbě HDP a další.
- **administrativní podmínky:** mezi tyto faktory se řadí nejrozličnější zákony, právní předpisy, vyhlášky, daňová legislativa, pasové a vízové podmínky, nutnost očkování na konkrétní nemoci, či výše limitu finančních prostředků potřebných na pobyt v dané destinaci.

Druhou skupinkou jsou **subjektivní stimulační faktory**, mezi něž patří především psychologické faktory, které ovlivňují účastníky CR a ti se pak na základě těchto faktorů rozhodují o svých spotřebitelských preferencích v rámci služeb CR. Velmi důležitou roli v tomto rozhodování hraje propagace, zkušenosti, doporučení, reklamy a prestiž destinace (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.6 Destinace cestovního ruchu

Jak uvádí Palatková (2006) ve své knize, pojem destinace cestovního ruchu může být vymezen jako svazek různých služeb cestovního ruchu soustředěných v určité oblasti, nebo na konkrétním místě, které jsou v návaznosti na atraktivitu a potenciál CR dané lokality poskytovány turistům, tedy účastníkům cestovního ruchu. Tyto destinační atraktivity představují důležitý motivační stimul pro navštívení této oblasti.

Dle definice Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) je destinace cestovního ruchu místo, které nabízí vhodné atraktivity a zahrnuje ubytovací zařízení a služby cestovního ruchu zvolené účastníkem CR pro účel jeho cestování do konkrétní oblasti.

Pojem destinace cestovního ruchu byl v minulosti často skloňován především v letecké dopravě, bylo tím myšleno cestování na vzdálenější místa, kam se dopravují turisté letecky. Toto označení se však dávno rozšířilo a nyní termín destinace představuje jakékoliv cílové místo pro turisty (Jakubíková, 2012).

Světová organizace pro cestovní ruch (UNWTO, 2014) definuje destinaci cestovního ruchu jako geografický prostor čili místo, region nebo stát, jenž si účastník cestovního ruchu vybírá jako cíl své cesty.

Lidé často vnímají destinaci jako celek zahrnující prostředí, krajinu, sportovní, rekreační a kulturní možnosti, dále služby a kvalitu těchto nabízených služeb. Návštěvníci také vidí čistotu, bezpečnost, jazykovou vybavenost a vstřícnost místních lidí se kterými se setkávají během pobytu. Všechny tyto aspekty jsou pro rozhodování potenciálního zákazníka stěžejní, jelikož lidé pochopitelně přijíždějí pouze do destinací, které jim mají co nabídnout a jsou pro ně nějakým způsobem atraktivní. Podle Jakubíkové (2009) by si tudíž *„každá destinace cestovního ruchu měl položit otázku: Co je u nás jedinečné a proč by turisté měli přijet právě k nám“*.

Destinace cestovního ruchu je možné rozdělit do celkem 11 destinačních typů. Toto rozdělení probíhá na základě rozřazovacího kritéria, které vypovídá o atraktivitě cestovního ruchu v dané destinaci. Toto kritérium měří také míru návštěvnosti a rozlišuje druh nejtypičtější a převažující atraktivity cestovního ruchu v dané lokalitě. Zde máme uvedeno několik vybraných destinačních typů:

- přírodní typ,

- horský typ,
- rekreační typ,
- lázeňský typ,
- venkovský typ,
- městský typ,
- příhraniční typ,
- romantizující, historický typ (hrady, zámky, památky),
- náboženský, poutní typ,
- atrakční typ (znamená atraktivitu uměle vytvořené člověkem) (Hesková, 2011).

3.7 Hodnocení potenciálu destinace dle Bíny

Jak uvádí Bína (2002), podmínky pro hodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu se dělí na dvě skupiny. První skupinou jsou lokalizační podmínky, které se zabývají polohou, možnostmi na daném území a vývojem aktivit cestovního ruchu. Tyto faktory jsou vyjádřeny atraktivitou přírody a krajiny a také zajímavostmi a kulturními hodnotami. Pro účely zkoumání lokalizačních faktorů, je zapotřebí je rozřadit do přirozených segmentů tvořících homogenní aktivity CR.

Lokalizační podmínky dělí na tři základní formy:

- Vhodnost oblasti pro určitou aktivitu cestovního ruchu,
- Stálá danost, která je atraktivní pro turisty a vyskytuje se v oblasti,
- Kulturní, sportovní a jiné akce.

Bína (2002) však dodává, že žádný z formalizovaných modelů nedokáže naprosto přesně vystihnout lokalizační faktory.

Druhá skupina podmínek je popisována jako realizační faktory, které umožňují realizovat individuální požadavky účastníků CR. Dělí se na materiálně-technické, dopravní, stravovací, zábavní, sportovní a jiné. Jelikož realizační podmínky zpravidla druhotně zrcadlí dělení lokalizačních podmínek, mají tím pádem nižší vypovídací hodnotu. Dochází k tomu, při zahrnutí iniciativy a lidského faktoru (Bína, 2002).

3.7.1 Lokalizační podmínky složek cestovního ruchu dle Bíny (2002)

Lokalizační podmínky se dělí do čtyř stupňů. Nulový stupeň znamená, že se zde vhodné podmínky pro cestovní ruch nevyskytují vůbec. Při prvním stupni lze daný jev cestovního ruchu pozorovat, při druhém stupni je již míra výskytu daných podmínek pro CR ruch vyšší. Pokud se podmínky vyskytují ve vysoké míře, jedná se o třetí stupeň. Nutno podotknout, že u některých složek se rozlišuje pouze jeden stupeň, a to, zda pro cestovní ruch jsou podmínky přijatelné, či nikoliv (Bína, 2002).

Tabulka 1 - Hodnocení lokalizačních podmínek cestovního ruchu

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti	10	20	45
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku	5	10	15
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku	10	15	20
Vhodnost krajiny pro sjezdové a zimní sporty	7	15	30
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody	10	20	40
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu les/hory	7	13	20
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3	7	10
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku	3	7	15
Vhodnost krajiny pro horolezectví			2
Vhodnost krajiny pro závěsné létání			2
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost			2
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov			2
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků			1
Kulturně historické památky a soubory	10	25	50
Skanzeny a muzea	5	15	35
Lázeňská funkce	5	15	35
Kongresy a konference	2	10	20
Kulturní akce	10	20	40
Sportovní akce	2	7	20
Církevní akce	2	4	10
Veletrhy a tematické trhy	5	20	40
Místní produkty	5	10	25
Příhraniční specifika	2	5	10

Zdroj: Vlastní zpracování dle Bíny, 2002

3.7.2 Zařazení území dle lokalizačních podmínek

Na základě výše uvedené tabulky je dále popsán způsob zařazení území dle lokalizačních faktorů pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu v dané destinaci dle metody Bíny (2002).

Přírodní pozoruhodnosti

Prvním stupněm se ohodnocují skalní formace a jiné přírodní výtvořy. Do druhého stupně se řadí významnější a rozsáhlejší přírodní výtvořy. Pro třetí stupeň je typické, že daná atraktivita je přímým cílem turistů a má celostátní či dokonce mezinárodní význam.

Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku

První stupeň zahrnuje mírně členitou pahorkatinu až vrchovinu, kde se nachází zemědělské plochy, lesy a vodní toky. V rozmanité krajině se musí nacházet pěší trasy. Ve druhém stupni dochází k růstu nadmořské výšky a také členitosti terénu, kde přibývá lesů, luk a pastvin. Do třetího stupně se řadí podhorské a horské oblasti s množstvím rozhleden, vyhlídkových míst a turistických stezek.

Vhodnost krajiny pro cykloturistiku

Pro cyklistiku vhodný rovinnatý reliéf na vedlejších silnicích a polních cestách v zemědělských oblastech se řadí do prvního stupně. Ve druhém stupni se mohou nacházet i pahorkatiny a vhodné sjízdné vrchoviny, také je zde větší zastoupení lesů a vodních toků. Třetí stupeň se vyznačuje nízkou hustotou osídlení, vysokou krajinnou estetikou, vyšším podílem lesů a náhorních plošin.

Vhodnost krajiny pro sjezdové a zimní sporty

Stupeň jedna se nachází převážně v oblastech nad 500 m. n. m. a je pouze částečně vhodný pro provozování sjezdových a zimních sportů. Stupeň číslo dva je vhodnější pro sportovce s náročnějšími požadavky a lze ho najít ve výškách okolo 800 m. n. m. Ideální klimatické chladné podmínky, nadmořskou výšku přesahující i 1000 m. n. m., a vhodnost terénu pro sjezdové lyžování má třetí stupeň.

Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku

Stupně podmínek odpovídají výše uvedeným podmínkám pro sjezdové lyžování, ale členitost a náročnost terénu je jiná. Pro účely lyžařské turistiky a běžeckého lyžování je

vhodnější mírnější členitost terénu, ale lze najít i cesty s hřebenovými či údolními trasami s přijatelným převýšením.

Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody

Hlavním kritériem pro rozřazení do stupňů je využitelnost a rozsah vodních ploch. Důležitý je také regionální až mezinárodní význam dané oblasti a možnost ubytování v okolí. Do třetího stupně spadají přehradní nádrže a vodní plochy velkého rozsahu, druhý stupeň je pro středně velké rekreační vodní plochy a do stupně číslo jedna patří přírodní a malé vodní plochy.

Vhodnost krajiny pro rekreaci typu les/hory

První stupeň zahrnuje převážně pahorkatiny, vzácně nížiny s vyšším podílem lesních ploch. V druhém stupni převažují vrchoviny a horské oblasti s ekologickou zátěží a vyskytují se ve výšce 500 až 800 m. n. m. V oblastech horského rázu s rozsáhlým zalesněním a v nadmořské výšce nad 900 m. n. m. se nachází třetí stupeň.

Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku

Pro vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku je rozhodujícím faktorem členitost krajiny, hustota osídlení, množství a velikost vodních ploch a lesních cest.

Vhodnost krajiny pro vodní turistiku

Zařazení do dílčích stupňů určuje zejména vhodnost, významnost a využívanost vodního toku ve vybrané destinaci. Brána v potaz je i poloha v blízkosti trasy výletní lodní dopravy. Třetí stupeň je charakteristický pro vodácky nejvýznamnější toky v České republice

Vhodnost krajiny pro horolezectví

Pro splnění kritérií lokalizačních předpokladů je nutná přítomnost skal dostatečných alespoň pro výcvik horolezectví.

Vhodnost krajiny pro závěsné létání

Podmínky pro vhodnost krajiny k závěsnému létání jsou příkré svahy s dostatečným sklonem terénu s následnou rovinou pod svahem. V okolí by se neměla vyskytovat větší sídla ani frekventované dopravní tahy.

Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost

Pokud oblast není vysoce urbanizována, nebo intenzivně využívána pro zemědělství, měla by být kladně hodnocena při bodování.

Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov

Pozitivní ohodnocení je spjato s přítomností rybářských revírů v dané oblasti a také se zájmem návštěvníků o turistické rybářské lístky.

Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků

Jedná se o místa, odkud lze většinou ze břehu sledovat hnízdění a páření vzácných druhů vodního ptactva.

Kulturně historické památky a soubory

Pro rozřazení jednotlivých stupňů je důležitým kritériem přítomnost památkových rezervací a zón. Třetí stupeň musí splňovat podmínky výskytu památky UNESCO, nebo národní kulturní památky.

Skanzeny a muzea

Rozhodující rozdělení stupňů skanzenů a muzeí postaveno na základě významnosti na regionální - první stupeň, nadregionální – druhý stupeň nebo celostátní a mezinárodní patřící do třetího stupně.

Lázeňská funkce

U těchto lokalizačních podmínek se bere v potaz významnost postavené v léčebném procesu a kapacita léčebných zařízení.

Kongresy a konference

Hodnocení probíhá z hlediska významnosti pořádaných kongresů a konferencí (domácích až mezinárodních).

Kulturní akce

Do prvního stupně se řadí akce s každoročním opakováním a regionálním významem. Druhý stupeň představují akce s delší tradicí a nadregionálně či celostátně významné. Nejrozsáhlejší akce s mezinárodním přesahem patří do stupně třetího.

Sportovní akce

Vymezení lokalizačních podmínek pro sportovní akce je obdobné jako u kulturních akcí.

Církevní akce

Církevní akce jsou také hodnoceny z hlediska významnosti církevních a poutních míst v dané oblasti.

Veletrhy a tematické trhy

U akcí tohoto typu se pozoruje četnost konání a významnost veletrhů pro danou lokalitu.

Místní produkty

První stupeň představují tradiční a řemeslné produkty vyhlášené i mimo obec kde se vyrábějí. Do druhého stupně spadají obce, jejichž produkty tvoří turistickou atraktivitu a jsou přímým cílem návštěvníků. Třetí stupeň se vyznačuje celostátně významnými a turisticky zajímavými produkty.

Příhraniční specifika

V případě že je kupní síla eura v sousedních státech vyšší než v případě české koruny, znamená to větší přísun zahraničních turistů za obchodem a zábavou do ČR. První stupeň se týká obcí do vzdálenosti 10 -15 km od hranic. Druhý stupeň zahrnuje obce, jimiž procházejí silnice první a druhé třídy vedoucí k hraničním přechodům. Obce ležící přímo na hranicích se řadí do třetího stupně.

Dle metody Bíny (2002) pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu, jsou dílčí složky obodovány dle různé významnosti.

Bodové hodnocení je dle Bíny (2002) členěno následovně:

- 1) Zóna základního potenciálu (1 až 25 bodů),
- 2) Zóna zvýšeného potenciálu (26 až 50 bodů),
- 3) Zóna vysokého potenciálu (51 až 100 bodů),
- 4) Zóna velmi vysokého potenciálu (101 až 200 bodů),
- 5) Zóna výjimečného potenciálu (201 bodů a více).

3.8 Marketing a propagace cestovního ruchu

Z obecného pohledu byl marketing podle Kotlera (1997) definován jako „*společenský a řídicí proces, kterým jednotlivci a skupiny získávají to, co potřebují a požadují, prostřednictvím tvorby nabídky a směny hodnotných výrobků s ostatními*“.

Definicí a jednotlivých odlišných přístupů k marketingu cestovního ruchu lze v literatuře nalézt mnoho. Morrison (1996) ve své knize uvádí, že marketing cestovního ruchu je plynulý proces zkoumání, plánování, kontroly, naplňování a vyhodnocování potřebných činností, za účelem splnění cílů organizace a vyhovění požadavkům a potřebám zákazníků.

3.8.1 Marketing destinace cestovního ruchu

Cestovní ruch jako takový se odehrává v určité destinaci cestovního ruchu. Tento termín již byl vysvětlen výše, avšak nebylo zmíněno, že destinace cestovního ruchu by měla být vnímána jako výrobce, jelikož v podstatě vytváří podmínky pro uskutečňování cestovního ruchu a turismu. Z toho vyplývá, že destinace by měla být řízena jako výrobce, tedy jako kterákoliv jiná organizace či podnik. Takovéto řízení spočívá v kooperaci činností a v celkové koordinaci jednotlivých podnikatelských subjektů. Jelikož v dnešní době stále více lidí je ochotno cestovat za zajímavými destinacemi, přibývá také oblastí, které se snaží tyto turisty získat právě pro tu svou destinaci. Velice důležité je při řízení destinace jako výrobce, myslet i na propagaci a uplatňovat marketing pro získávání potenciálních zákazníků.

Jakubíková (2009) také uvádí, že marketing destinace cestovního ruchu lze definovat jako proces, jehož cílem je sladit potřeby trhu se zdroji vybrané destinace. V současném konkurenčním boji o atraktivní cílové skupiny účastníků cestovního ruchu by měl marketing cílit hlavně na silné stránky vybraných destinací a provádět u nich podrobnou analýzu plánování, organizování a kontrolovat strategii a řízení.

Dle obecně známé teorie platí, že marketing cestovního ruchu může být svěřen těmto institucím:

- státní správa,
- místní samospráva,

- odborníci (marketéři, geografové, národohospodáři),
- firmy orientované na rozvoj oblasti,
- mimovládní nadace.

Velký důraz by měl být kladen na komunikaci a podporu spolupráce mezi činiteli územního rozvoje ze soukromého a veřejného sektoru a také především na potřeby občanů, turistů, návštěvníků a podnikatelů. Očekáván je pozitivní podnikatelský přístup k regionálnímu rozvoji a vytváření společné územní identity (Jakubíková, 2009).

3.8.2 Marketingový mix

Aby firma dosáhla svých marketingových cílů na trhu, využívá k tomu soubor nástrojů, které jsou nazývané marketingový mix (Jakubíková, 2009).

Jestliže cílem subjektů cestovního ruchu je uspokojování potřeb zákazníků, zatímco jsou mimo místo svého trvalého bydliště, tak podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) je potřeba nabídnout *„správný produkt za správnou cenu propagovaný správným způsobem na správném místě“*. Z tohoto tvrzení vychází schematické rozdělení tradičního marketingového mixu, které zahrnuje takzvané 4P, v angličtině tedy:

- Product – produkt,
- Price – cena, kontrakční podmínky,
- Place – místo prodeje, distribuce,
- Promotion – propagace, marketingová komunikace (Jakubíková, 2009).

Cílem marketingového mixu je všechny tyto managementem kontrolovatelné složky sladit dohromady do jedné ideální kombinace, na jejímž základě může firma uskutečňovat své stanovené cíle (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

Někteří autoři uvádí jako další možné nástroje marketingového mixu v oblasti služeb například lidský faktor (people), programování (programming), partnerství, spolupráce (partnership) a tvorbu balíčků (packaging) (Rašovská a Ryglová 2017).

Marketingový mix 4P je vytvářen z pohledu destinace, tedy producenta, Jakubíková (2012) se však domnívá že tento pohled v dnešní době již nestačí a je třeba se na problematiku zaměřovat i opačně, tedy z pohledu zákazníka, protože právě zákazník má

rozhodovací schopnost o životnosti firmy, či destinace cestovního ruchu. Pro tyto účely byl sestaven marketingový mix 4 A, který zahrnuje:

- Awareness – povědomí o produktu,
- Affordability – cenovou dostupnost produktu,
- Availability – dostupnost v daném místě,
- Acceptability – přijatelnost pro zákazníky (Jakubíková, 2009).

Tvorbě marketingového mixu by vždy měl vždy předcházet výběr vhodného cílového trhu a také podrobná analýza prostředí a segmentace trhu (Ryglová, Burian a Vajčnerová 2011).

3.9 Vinařství

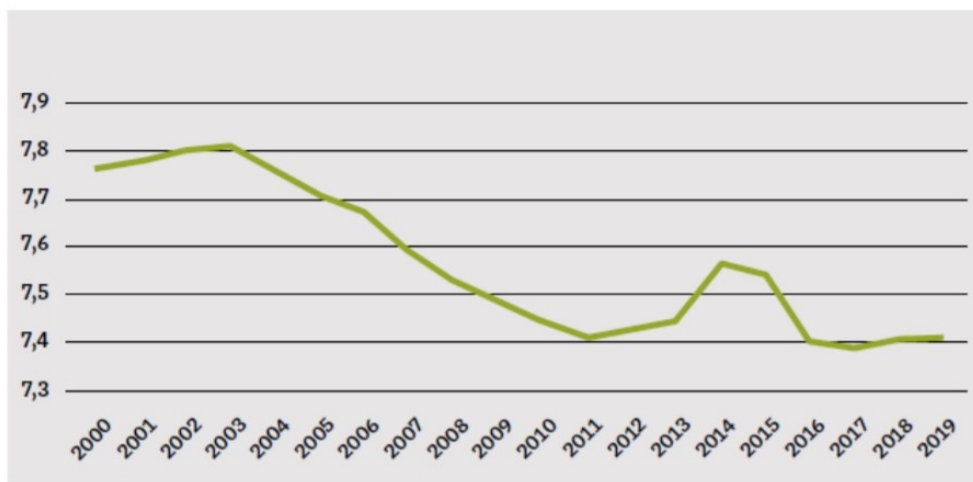
Vinná réva byla člověkem záměrně pěstována vůbec jako jedna z prvních plodin při rozvoji zemědělství v oblasti Přední Asie. Od té doby se vinná réva rozšířila do celého světa. Na našem území se vinná réva vyskytla možná již s obdobím Keltů, pravděpodobnější a jistější je však příchod vinné révy s Římany, přesněji s desátou legií Marca Aurelia v druhé polovině 2. století po Kristu. Velkou měrou přispěl k rozvoji vinařství v dalších letech český král a císař Karel IV (Historie a současnost vinařství, 2020).

3.9.1 Světové vinařství

V roce 2019 činila plocha vinic na celém světě 7,4 mil. ha půdy, z čehož 3,2 mil. ha zaujímaly vinice v rámci států Evropské unie. Nejrozsáhlejšími pěstiteli vinné révy ze států EU jsou Španělsko s 966 tis. ha, Francie se 794 tis. ha, Itálie se 708 tis. ha a Turecko se 436 tis. ha vinic. Ve světovém měřítku pak druhé místo za Španělskem obsadila Čína s 855 tis. ha vinic. USA je v pořadí až na šestém místě se 408 tis. ha, následuje jej Argentina, Chile, Portugalsko a Rumunsko (Sedlo, 2020).

Podrobný vývoj plochy vinic ve světě je znázorněn na obrázku číslo 5.

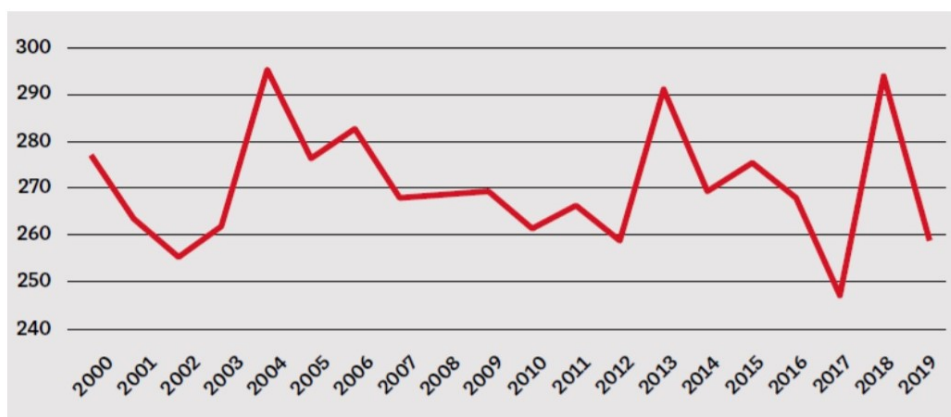
Obrázek 5 - Vývoj plochy vinic ve světě v mil. ha



Zdroj: OIV in Sedlo, 2020

Jak lze vidět na dalším obrázku číslo 6, produkce vína ve světě činila 260 mil. hl, přičemž 156 mil. hl se vinifikovalo v Evropské unii. Data odpovídají roku 2019, o rok dříve byla produkce o 14,4 procenta vyšší. Za poklesem produkce oproti roku 2018 stálo špatné počasí, jelikož bylo sucho, krupobití a jarní mráz v roce 2019 (Sedlo, 2020).

Obrázek 6 - Vývoj produkce vína ve světě v mil. hl



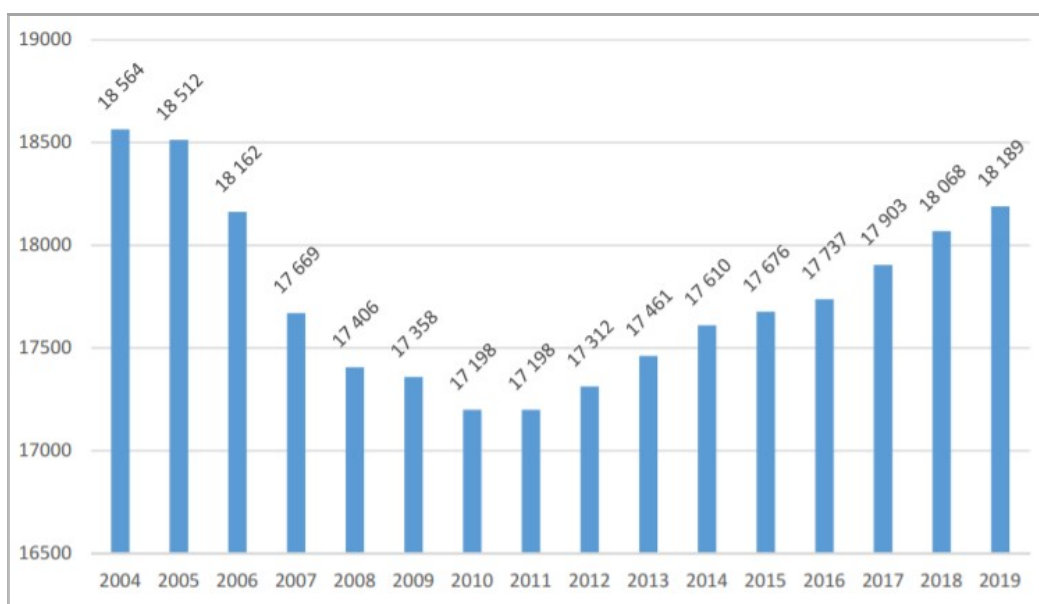
Zdroj: OIV in Sedlo, 2020

Světová spotřeba vína za rok 2019 se odhaduje na 244 mil. hl. této tekutiny, což je meziroční zvýšení o 0,1 %. Tuto informaci je však nutné brát s rezervou, a počítat s odchylkou, jelikož není žádná přesně stanovená metodika pro výpočet této spotřeby. Například některé státy nezapočítávají své zásoby vína na skladě, či jeho průmyslové

zpravování. Evropská unie se na celosvětové konzumaci vína podílela z 53 %, což činilo 128 mil. hl (Sedlo, 2020).

V České republice, jak je možné sledovat na obrázku číslo 7, vinná réva zaujímá plochu velkou více jak 18 tisíc hektarů půdy. V průběhu let se však tento údaj měnil. Ještě v devadesátých letech se vinice rozprostíraly pouze na 11,5 tisíci hektarech půdy. Čeští vinaři podpoření státem tuto plochu rozšířili téměř o sedm tisíc hektarů ještě předtím, než Česká republika vstoupila do Evropské unie. Stalo se tak z důvodu omezování výsadby nových vinic ze strany Evropské unie. Podle odborníků na vinařství v České republice ze Svazu vinařů České republiky a Vinařské akademie Valtice Jiřího Sedla a Jiřího Kopečka jsou však plochy vhodné půdy pro pěstování vína v ČR mnohonásobně větší, a to až kolem padesáti tisíc hektarů půdy (Frantová, 2009).

Obrázek 7 - Vývoj plochy vinic v ČR od vstupu do EU (ha)



Zdroj: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, 2019

Co se týká produkce vína v České republice, která se průměrně pohybuje kolem 705 tis. hl za rok, tak ale podle odborníka z Vinařské akademie Valtice Jiřího Kopečka nejsme v produkci vína soběstační a spotřebujeme jej více, než sami vyrobíme. Dvě třetiny spotřeby se dovážejí z jiných států. Přínosem na tom však je, že si vlastní víno prodáme doma a ušetří se tím vysoké náklady na export. Mínusem pro české vinařství na tom je

fakt, že i přes mezinárodní úspěchy a ocenění tuzemských vín se většina vína z české produkce často vypije doma a nevyváží se do zahraničí (Frantová, 2009; Dressler 2017)).

Česká republik zaujímá 24. místo na světě při jednoprocenním zastoupení z celosvětové konzumace vína. Vypije se u nás přibližně 2,1 mil. hl vína, avšak spotřeba ve státě tzv „pivařů“ stále roste (Sedlo, 2020).

3.9.2 Vinařské oblasti v České republice

Česká republika patří mezi malé vinařské země, ale má předpoklady pro rozvoj vinařství, neboť obliba vína u konzumentů stále stoupá a podmínky pro pěstování vinné révy jsou kvalitní.

V rámci Evropské unie patří ČR k severně položeným vinařským oblastem s tzv. „cool climate viticulture“, což v překladu znamená vinohradnictví v chladném podnebí. Principem je střídání vyšších denních teplot s nízkými nočními při dozrávání hroznů, což působí pozitivně na jejich zrání, a především na vývoj fenolických a aromatických látek (Pavloušek, 2011).

Jak lze vidět na mapě vinařských oblastí na obrázku číslo 8, Česká republika je rozdělena do dvou vinařských oblastí. Menší z nich, za to však plošně více rozlehlá vinařská oblast Čechy, tvoří 4 % z celkové plochy vinic v ČR. Ta větší a významnější vinařská oblast Morava, je mnohem více pospolitá a nachází se zde 96 % vinohradů v ČR. Zajímavostí je, že až 70 % z celkové plochy je osázeno odrůdami bílé vinné révy. Mezi nejrozšířenější a nejoblíbenější odrůdy zde patří Veltlínské zelené, Muller Thurgau, následovaní Ryzlinky Vlašským a Rýnským. Červená vína jsou zastoupená odrůdami Frankovka a Svatovavřínecké (Vinařské regiony České republiky, 2020).

Obrázek 8 - Interaktivní mapa vinařských oblastí ČR



Zdroj: Vinařské regiony České republiky in Šťastná a kolektiv, 2020

Vinice na jižní Moravě obhospodařuje přes 18 000 pěstitelů ve 308 obcích a dělí se na podoblasti Velkopavlovickou, Mikulovskou, Znojenskou a Slováckou. Nachází se v poloze 49. rovnoběžky, stejně jako vyhlášená francouzská vinařská oblast Champagne. Viz. obrázek číslo 8 (Vinařské regiony České republiky, 2020).

Tato práce se však bude soustředit spíše na vinařskou oblast Čech, přesněji na Litoměřickou vinařskou podoblast zasahující do Českého středohoří.

Ve vinařské oblasti Čechy a jejich dvou podoblastech se některé vinice rozkládají v nejsevernějších polohách v Evropě. Především na strmých svazích a terasách v údolích Labe, Vltavy, Ohře a Berounky. Další vinice se nachází například v okolí Mostu, Loun, Slaného, Kralup nad Vltavou, Prahy, Karlštejna a Kutné Hory. Ještě před rokem 2004 se rozdělovala na pět vinařských podoblastí (Čáslavskou, Mělnickou, Mosteckou, Pražskou, a Žemoseckou), které se legislativně spojily do dvou podoblastí široce táhnoucích se od Prahy až do Severních Čech. Jedná se o podoblast **Mělnickou a Litoměřickou**. Dobu největšího rozkvětu zažívala vinařská oblast Čechy před třicetiletou válkou, kdy rozloha vinic byla zhruba 15 000 ha. V současnosti obhospodařuje vinohrady 75 vinařských obcí (Vinařské regiony České republiky, 2020).

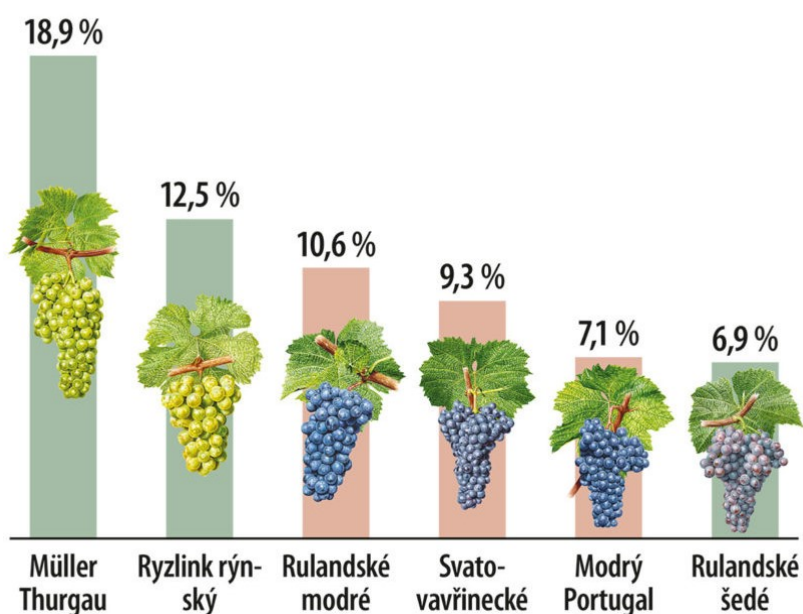
Zajímavé je, že oproti jižní Moravě, mají vinařské oblasti v Čechách značně větší zastoupení odrůd pro výrobu červených vín. Obzvláště v podoblasti Mělnické, kde je více

vápenitá půda, která je tvořena vrstvami opuky s hlinitopísčnými náplavami. To vytváří ideální podmínky pro pěstování modrých odrůd, protože půdy jsou zde více záhřevné a lehčí. Ale převaha červených vín neplatila jen pro Mělnicko, oblíbená byla také na Roudnicku, kde díky jílovitým půdám byly vína taktéž znamenité (Vinařská oblast Čechy, 2019).

Již ve středověku se zde vinaři hojně soustředili na pěstování odrůdy Pinot Noir, tedy Rulandské modré, kterou údajně nechal jako sazenice z obce Chambertin z jihu Burgundska dovézt sám král a císař Karel IV. Jak již bylo zmíněno, zásadní postava českého vinařství. Zároveň se sazenicemi do Čech přivedl i francouzské vinaře, aby naučili český lid, jak se o vinnou révu starat a jak vyrábět víno, tak jak to dělají v Burgundsku (Pavloušek, 2011; Vinařské regiony České republiky, 2020).

Mezi neoblíbenější odrůdy však v Čechách stále patří bílá vína, jak lze vidět na obrázku číslo 9. Konkrétněji na prvních příčkách je Müller Thurgau a Ryzlink Rýnský, jež jsou následováni červenými viny v podobě již zmíněného Pinot Noir, dále Svatovavřínecké, Modrý Portugal a v neposlední řadě opět bílé víno Rulandské šedé, jež je odrůda vyvinutá také v Burgundsku a je příbuzná k rodině Pinot, používá se pro ni název Pinot Gris (Vinařské regiony České republiky, 2020).

Obrázek 9 - Nejrozšířenější odrůdy v Čechách



Zdroj: Vinařské regiony České republiky, 2020

3.9.3 Vinný turismus

Definicí vinného turismu lze najít mnoho, nejvíce vystihující se zdála být definice dle Halla, Sharplese a Cambourneho (2011) jež napsali, že vinný turismus se může definovat jako „prohlídky a návštěvy vinic, vinných sklípků, vinařství a vinařských akcí jako jsou vinobraní a jiné slavnosti vína a vinné révy, pro které jsou ochutnávky a degustace vína a poznávání vinařských regionů stěžejními motivačními faktory pro případné návštěvníky a turisty“.

Podle Carlsena a Charterse (2006) je potřeba si uvědomit, že vinný turismus potažmo vinařský cestovní ruch je v podstatě složen ze dvou odlišných odvětví, z nichž každé je na druhém konci ekonomického spektra. Jedná se o průmysl cestovního ruchu jako takového a vinný průmysl, který ve velké míře přináší příjmy na regionální a lokální úrovni, což je pro rozvoj regionu nesmírně důležité. Finanční prostředky se tak mohou účelně využít a obratem zpět reinvestovat do rozvoje dané lokality.

Vinný turismus je však stále se rozvíjející odvětví a je možné tvrdit, že vinný turismus je také součástí agroturismu a také by mohl být součástí ekoturismu a udržitelného turismu, nejvýznamněji však nejspíš přispívá do kulinářského neboli gastro turismu.

Největší motivací turistů pro zapojení se do vinařské turistiky jsou:

- Degustace a ochutnávky vín,
- Získání nových znalostí v oboru vinařství,
- Poznání vinařského zákulisí (setkání s vinaři, prohlídky vinic a sklípků),
- Nahlédnutí do venkovského prostředí,
- Párování vína s jídlem,
- Vinařské slavnosti, festivaly.

Mezi další oblíbené poznání v oblasti vín je nauka o zdravotních přínosech z vína. Existuje dokonce studie, podle které mají lidé ve Francii nižší procento výskytu kardiovaskulárních onemocnění, právě zřejmě díky konzumaci vína. (Roudiere-lange, 2012)

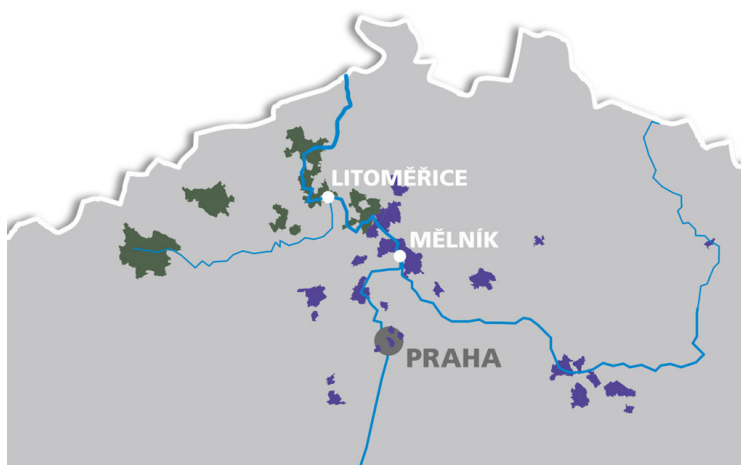
4 Vlastní práce

V praktické části této práce byla v první řadě popsána charakteristika vybrané destinace - Litoměřické vinařské podoblasti s bližším zaměřením na dvě konkrétní lokality. Jedná se o obce s rozšířenou působností ORP Litoměřice a ORP Lovosice. Dále se práce zabývá zhodnocením potenciálu cestovního ruchu pomocí lokalizačních faktorů při dodržení kritérií dle metody Bíny z roku 2002. Na závěr bylo provedeno dotazníkové šetření a na základě výsledků byl vyhodnocen zájem potenciálních návštěvníků o danou lokalitu.

4.1 Charakteristika zvolené destinace

Česká republika má své vinařské oblasti rozdělené na dvě hlavní, které jsou dále členěny na další podoblasti. Jedna z těchto oblastí je vinařská oblast Čechy, která je poměrně široce rozlehlá a tvoří vinařskou podoblast Mělnicka a Litoměřicka viz obrázek číslo 10. A právě **Litoměřická vinařská podoblast** je zájmovou destinací této práce.

Obrázek 10 - Vinařská oblast Čechy

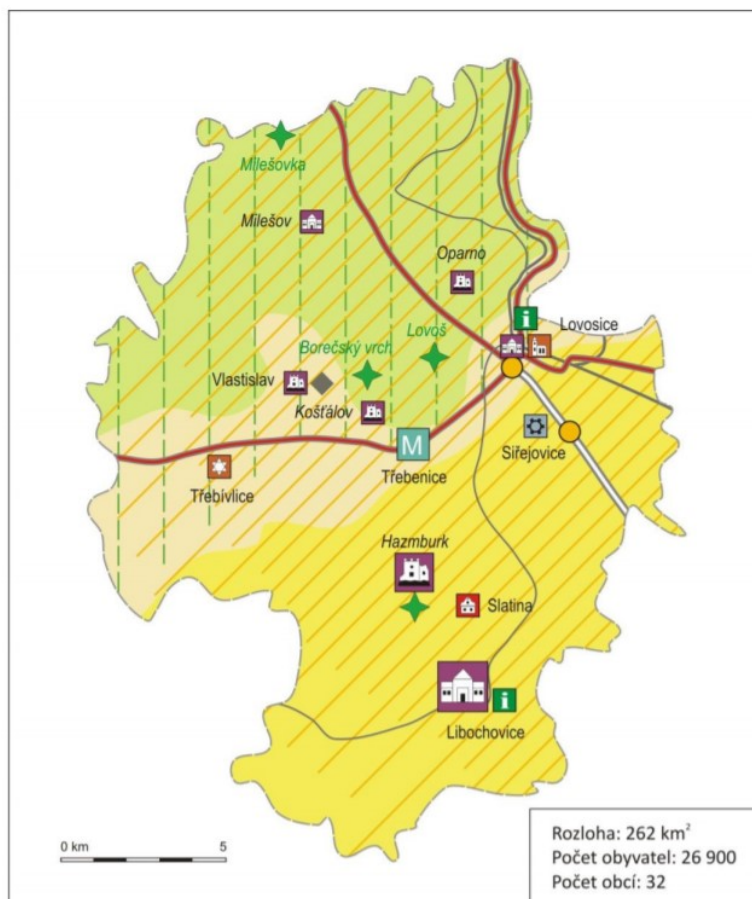


Zdroj: Vinařské regiony České republiky, 2020

Pro vymezení nejvýznamnějších lokalit bylo použito územní členění na obce s rozšířenou působností. Vybrány byly ORP Litoměřice a ORP Lovosice pod které spadají nejznámější vinařské subjekty Litoměřické vinařské podoblasti, kterými jsou Litoměřice, Žernoseky a Třebívlice. Obě vybrané obce s rozšířenou působností se nacházejí v Ústeckém kraji a protéká jimi řeka Labe.

se natáčela nejedna pohádka a každoročně se zde pořádají tradiční jarmarky a různé tematické akce.

Obrázek 12 - ORP Lovosice



Zdroj: ÚÚR, 2010

V obci s rozšířenou působností Lovosice, kterou znázorňuje obrázek číslo 12, se nachází mnoho přírodních atraktivit. Jako první zmíněná si zaslouží být královna Českého středohoří, hora Milešovka. Za zmínku také stojí Opárenské údolí, další kopce Lovoš či dýmající Borečský vrch. O něco jižněji se do výšky tyčí majestátní hrad Hazmburk a jeho dvě věže a kousek od něj líbezný zámek Libochovice, který je proslulý svým chovem pávů v zámeckých zahradách.

4.2 Vinařská podoblast Litoměřice

Vinařství na Litoměřicku bylo od pradávna spjato s církví a klášterními řády. V roce 1057 Spytihněv II daroval kostelu svatého Štěpána v Litoměřicích vinice i s vinaři.

Ve středověku byly Litoměřice druhým největším vinařským městem v oblasti Čech, větší byla už jen Praha.

Vinice se rozprostíraly na romantických svazích a v údolí, kde vstupuje Labe do Českého středohoří. Tomuto místu se říká Brána Čech neboli Porta Bohemica. Ve vedlejších Žernosekách byly vinné sklepy vyhloubeny řádem cisterciáků již v roce 1251 a všude v okolí se zakládaly vinohrady. Bohužel však v průběhu času tato oblast zaznamenala velký pád ať už kvůli révokazu, světovým válkám, nebo prostě zániku mnoha viničních tratí.

Avšak nadšení pro věc místních vinařů, ve spojení s bohatou historií a puncem královských vinogradů dodává vínům jedinečné vyznění a čistotu. Když se dále snoubí poctivé tradice s využitím moderních technologií, vzniknou neotřelá vína, která si vyslouží pozornost mnohých znalců vín (Litoměřická vinařská podoblast, 2019).

4.2.1 Litoměřické vinařství

Jak již bylo zmíněno, historie Litoměřického vinařství započala téměř před tisíci lety, kdy se začalo víno vyrábět v církevním klášteře. Ostatně zde výroba vína sídlí dodnes. Vinařství názvem Klášterní vinné sklepy sídlí v centru Litoměřic právě v prostorách bývalého dominikánského kláštera, kde lze nalézt i starobylý vinný sklep z roku 1223.

Velkým přínosem byl pro Litoměřická vinařství rok 1359, kdy Karel IV daroval vrch Radobýl, aby na jeho svazích a v jeho okolí zasadili vinnou révu a dále rozvinuli vinohradnictví v Čechách.

Vinné révě se na Litoměřicku daří díky relativně teplému klimatu, oteplujícím vlivům Labe a odrazu slunečních paprsků od něj na svahy v jeho údolí, které perfektně zajišťují ochranu před severními větry. Ne nadarmo se této oblasti říká „zlatý pruh země české“.

Zajímavostí Litoměřického vinařství je, že ještě nedávno se zde díky povolení biskupa vyrábělo i mešní víno, tedy víno určené pro církevní mše. Nicméně po vstupu do Evropské unie se tato pravidla změnila a povolení může být schváleno pouze biskupskou konferencí, která si však vybrala pro výrobu mešního vína jiné vinařství (Klášterní vinné sklepy Litoměřice, 2020).

Ještě jednu zajímavost však Klášterním sklepům zůstala, a to výroba známkového vína Radobýl, které je pojmenované po vrchu Radobýl, jenž byl darován Litoměřičanům Karlem IV pro založení vinohradů. Císařova podmínka pro darování půdy byla, že mu do Litoměřického gotického hradu vinaři přivezou každý desátý sud jako desátek. V Litoměřickém hradu je nyní působivá expozice českého vinařství (Maršál - Toulavá kamera 2014).

4.2.2 Žernosecké vinařství

Jedna z prvních písemných zmínek uvádí, že od roku 1251 byly vinohrady obdělávány duchovním řádem cisterciáků, zakladateli vinic však byli s největší pravděpodobností mniši řádu premonstrátů již ve 12. století. Nicméně cisterciáci se zasloužili o velký rozvoj vinařství v Polabí, byli to velmi horliví budovatelé, svědčí o tom množství ohromných sklepních prostorů, které vznikaly za dob jejich přítomnosti v této oblasti. V těchto sklepech dozrává Žernosecké víno v tradičních dubových sudech dodnes.

Žernosecké vinice jsou v podstatě rozprostřené i do okolních vesnic, ale spadají pod Žernosecká vinařství. Jedná se o obce Velké a Malé Žernoseky, jejichž viniční tratě mají historické názvy (Kostelní, Mariánská, Velká a Malá Vendule) a leží na terasách svahů Labského údolí po obou stranách řeky Labe. Další viniční trať leží pod horou Lovoš na Lovosicku a také v obci Žalhostice, kde se nachází vinice Nad školou, jejíž část kdysi sloužila pro Šlechtitelskou stanicí jako pokusná vinice (Vinice - Žernosecké vinařství, 2020).

Mezi vinařství hospodařící na viničních tratích v okolí Žernosek patří rodinné vinařství Mikulenkoví, vinařství Pavla Hrabkovského, poměrně mladé vinařství Pod Radobýlem, Vinařství sv. Tomáše a již zmíněné Žernosecké vinařství, kde se nachází zámek (Cech Českých vinařů, 2020).

4.2.3 Vinařství Třebívlice

Třebívlické vinařství se řadí mezi ty nejmladší a zároveň nejmodernější v Litoměřické vinařské podoblasti. Zajímavý projekt jménem Johann W však zachovává hlavně historické dědictví této znovuobjevené vinařské lokality.

Vinice na Třebívlicku se rozprostírají v překrásné krajině Českého středohoří, například na prosluněném jižním úbočí vrchu se sopečným původem, který již z dálky zdraví své návštěvníky díky dvěma majestátním věžím starobylého hradu Hazmburk. Další viniční tratě jsou například Koskov, jež je nejbližší areálu Johann W v Třebívlicích, nebo Pod Šepetelským vrchem a Pod Skrčinským vrchem (Vinice JOHANN W, 2019).

Původní název byl „Zámecké vinařství Třebívlice“, ale kvůli přílišné složitosti pro zahraniční turisty a těžší zapamatovatelnosti, bylo vinařství v roce 2015 přejmenováno na již zmíněné JOHANN W. Vybrané jméno není nahodilé, ale má svůj vlastní historický a romantický příběh. Vinice a celé Třebívlické panství kdysi patřilo baronce Ulrice von Levetzow, která žila na zdejším zámku a byla místními velmi oblíbená. Právě Ulrika byla poslední láskou Johanna Wolfganga Goetheho, i když mezi nimi byl pětapadesátiletý věkový rozdíl. Goethe dokonce vyjádřil své city v krásné básni s názvem Mariánskolázeňská elegie, jelikož se s Ulrikou poprvé setkal v Mariánských lázních. Ulrika Goethemu lásku neopětovala, ale nikdy se už neprovdala a zasvětila svůj život dobrým činům jako například vybudování školy pro nezaopatřené děti v Třebívlicích.

Ulrika je patronkou Třebívlických vín, která se pyšní přívlastkem svěžesti a radosti, snoubené se zralostí a zkušeností, tak jako láska mezi Ulrikou a Johannem (Beránková, 2020).

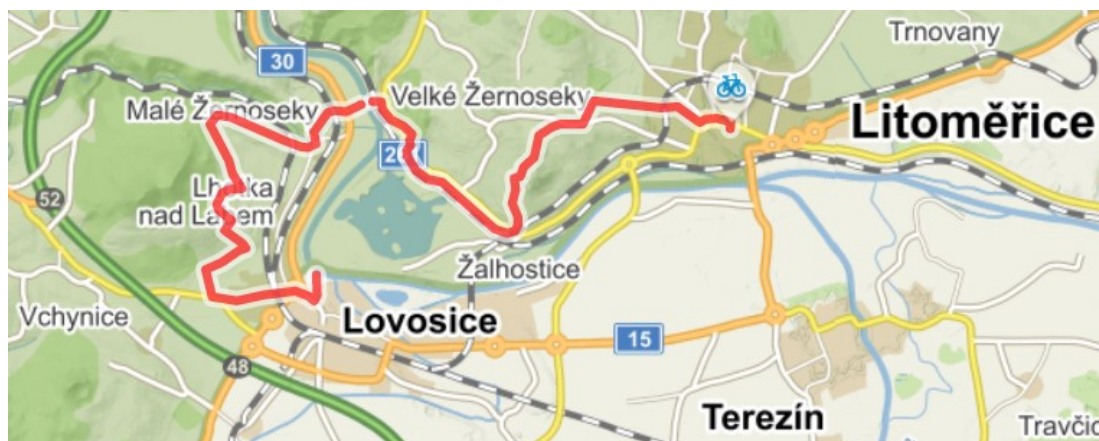
4.2.4 Vinařská stezka v Litoměřicích

Litoměřickou oblastí prochází známá Labská stezka táhnoucí se podél toku řeky Labe už z Krkonoš a končící na hranicích s Německem v lokalitě Hřenska. Díky této stezce mají možnost turisté jak z Česka, tak i Německa poznávat krásy blízkého okolí a užívat si například cykloturistiku v Polabí. Litoměřicko má pro účely cestovního ruchu mnoho atraktivit spojených s vinohradnictvím.

V roce 2012 byla nově otevřena Vinařská stezka Litoměřice, která byla v rámci projektu „Rozvoj vinařské turistiky v litoměřickém regionu“ financována ze zdrojů Ústeckého kraje. V rámci tohoto projektu byla také vymezena ukázková vinice, na které se návštěvníci mohou po domluvě s vinařem seznámit s místními odrůdami, či si vyzkoušet, jak o víno pečovat. (Vinařská stezka na Litoměřicku - Deník Litoměřicka, 2012).

Vinařská stezka měří přibližně 15 km a je možné ji projet na kole, či projít pěšky a napojit se turisté mohou kdekoliv. Po cestě je umístěno devět informačních tabulí, na kterých se návštěvníci seznámí s historií i současností místních vinařství, pěstováním a zpracováváním vína a také s přírodními zajímavostmi v okolí stezky.

Obrázek 13 - Vinná stezka Litoměřice



Zdroj: Mapy.cz, Vinařská stezka Litoměřice, 2021

Začátkem naučné stezky je gotický Hrad Litoměřice, v němž se mimo jiné nachází i výstava věnovaná českému vinařství. Stezka vede po obou březích řeky Labe a z Litoměřic se pokračuje přes z části vytěžený vrch Radobýl a dále stezka vede skrze obec Žalhostice do Velkých Žernosek. Poté je možné dopravit se přívozem na druhý břeh Labe do obce Malé Žernoseky, kde je možné také navštívit místní vinařství ostatně jako u každé zastávky. Některá vinařství nabízí po domluvě prohlídky vinných sklepů, nebo degustace místních vín. Stezka dále pokračuje přes Lhotku nad Labem, vinařství Pod Lovošem až do města Lovosice. (Litoměřická vinařská stezka, 2020).

4.3 Lokalizační podmínky cestovního ruchu zvolené destinace

Následující charakteristiky lokalizačních podmínek, jež vytváří potenciál cestovního ruchu ve zvolené destinaci, jsou zpracovávány na základě vybraných kritérií metody pro hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle Bíny (2002).

Přírodní pozoruhodnosti

Dominantou Litoměřicka a okolí je bezesporu vrch Radobýl ležící ve výšce 399 metrů nad mořem v chráněné krajinné oblasti Českého středohoří. Nachází se asi 3 km od

Litoměřic a jeho typická „vykousnutá“ silueta je zapříčiněna částečným odtěžením kamene. Zbylá část kopce je stejnojmennou přírodní památkou díky tzv. suchým trávám a v nich žijícím vzácným živočichům a rostlinám. Na vrcholu kopce stojí obrovský kříž, o kterém je první zmínka již ze 17. století. Radobýl je zajímavý nejen z přírodního pohledu, ale i díky pověsti, kdy český básník Karel Hanek Mácha z tohoto vrchu zahlédl požár v Litoměřicích a vydal se jej pomoci uhasit. Bohužel na následky vyčerpání, zápalu plic a pravděpodobně i na otravu z vody posléze zemřel (Mrzenová, Ostrá a Rytina, 2018).

Další přírodní památkou České republiky jsou Bílé stráně nad údolím Pokratického potoka na Litoměřicku. Nápadně bílá barva obnažených hornin zvaných zvonivá opuka inoceramová nabízí pohádkové scenerie a je velmi vyhledávanou přírodní kuriozitou i pro pověstné nálezy zkamenělých mořských lastur (Svoboda, 2014).

Malebnou krajinu lze nalézt také v Opárenském údolí, kterým protéká Milešovský potok a prochází tudy turisticky značené trasy včetně cyklostezky a naučné stezky Lovoš.

Nejvyšší horou Českého středohoří je jeho „královna“, hora Milešovka. V nadmořské výšce 836,5 metru se vznešeně tyčí do krajiny jako kužel, a ne nadarmo se jí také říká „Hromová hora“, jelikož se zde často odehrávají bouře a silný vítr fouká prakticky celoročně. Na jejím vrcholku byla v roce 1855 vystavěna první rozhledna, která byla později doplněna o meteorologickou observatoř.

Dalším proslulým přírodním úkazem je Porta Bohemica, známá též jako Brána Čech. V tomto kaňonovitém údolí vstupuje řeka Labe do Českého středohoří. Nevšední malebná krajina lemovaná terasovitými svahy je hojně využívána pro pěstování vinné révy s tisíciletou tradicí (Mrzenová, Ostrá a Rytina, 2018).

Za zmínku také stojí pravděpodobně nejznámější český minerál – Český granát. Naleziště tohoto národního drahokamu se nachází v okolí obce Třebenice (Svoboda, 2014).

Pěší a horská turistika

Geomorfologicky rozmanitý terén Českého středohoří skýtá mnohé příležitosti pro pěší a horskou turistiku. Oblast Litoměřicka je protkána jak turistickými, tak i naučnými, nebo dokonce vinnými stezkami.

Naučné stezky jsou lemovány informačními tabulemi, na kterých se návštěvníci mohou seznámit s místní florou a faunou a také s historickými a kulturními památkami a dalšími přírodními zajímavostmi v okolí.

Jedna z nejzajímavějších je naučná stezka Boreč, vedoucí na vrcholek stejnojmenného kopce, který je dějištěm unikátních přírodních jevů. Ze skalních puklin v mrazivém počasí stoupá vlhký a teplý vzduch. Naopak v létě lze v puklinách pozorovat led. Geologové zjistili, že nejde o pozůstalou vulkanickou činnost, jak se původně domnívali, ale o výměnu tepla uvnitř kopce, který je protkán puklinami, v létě se tvoří ledové jámy a v zimě teplo z útroby hory stoupá ven jako ventaroly. Další zajímavou naučnou stezkou je trasa kolem čedičové hory Lovoš.

Turistické stezky jsou značeny různými barevnými značkami, o které se stará Klub českých turistů a nachází se například v okolí Třebušína a horského štítu Trojhora, jiné vedou z Litoměřic na Hlinnou a Krkavčí skálu, nebo přes Mostnou horu, Dlouhý vrch až na rozhlednu Varhošť.

Litoměřická oblast a přilehlé okolí je také sídlem mnoha hradů a zámků, které slouží k nádherným výletům v rámci pěší turistiky (Svoboda, 2014).

Cyklistika

Jednoznačně nejoblíbenější cyklostezkou ve vybrané destinaci je Labská stezka. Jak je možné vidět na obrázku 14, její začátek lze najít už v Krkonoších, kde řeka Labe pramení a dále přes několik krajů dotéká až do Litoměřic, kde se do ní vlévá řeka Ohře.

Obrázek 14 - Labská stezka



Zdroj: Labská stezka, 2020

Po březích této řeky byla vybudována malebná trasa procházející historickými městy. Ve vybrané destinaci má zastávku například ve městě s vojenskou pevností Terezín a již zmíněných Litoměřicích kde se lidé mohou i ubytovat a odpočinout si při vícedenní cestě. Tuto možnost hojně využívají především zahraniční turisté starších kategorií, kteří, kteří jezdí na kolech i se zavazadly na více dní. V okolí stezky se střídají skalnaté pískovcové a čedičové srázy, s táhlými rovinami a samozřejmě stezka lemuje břehy řeky Labe (Labská stezka, 20220).

Část Labské stezky je totožná s vinařskou stezkou Litoměřice, která je také velmi využívaná pro cykloturistiku, jelikož je stále více populární vinný turismus a obliba cykloturistiky se zastávkami v tradičních vinařství neustále roste. Vinařská stezka Litoměřice lemuje tok řeky Labe a nabízí nádherné výhledy na Bránu Čech – Portu Bohemicu (Attl a Studnička 2009).

Sjezdové zimní sporty

Nejbližší sjezdovka s vlekem se nachází v Pohoří u Malečova na úpatí Lucemburkova kopce, bohužel však tato jediná sjezdovka již nespadá do vybrané oblasti.

Lyžařská turistika

Vybraná oblast leží spíše v nižších polohách, tudíž se příválů sněhu dočkají obyvatelé málokdy, nicméně výjimečné zimy se občas konají, jako například v sezoně 2020/2021 kdy se na běžeckých lyžích dalo jezdit téměř všude po polích či loukách. Žádné oficiální lyžařské stopy však v oblasti vybudovány a udržovány nejsou.

Rekreace u vody

Největší a turisticky nejnavštěvovanější vodní plochou ve vybrané lokalitě je Žernosecké neboli Píšťanské jezero, ležící právě mezi obcemi Velké Žernoseky a Píšťany. Jedná se o tzv. antropogenní jezero s rozlohou přes 100 ha, které vzniklo působením člověka, v tomto případě průsakem říčních vod, tedy zatopením bývalé pískovny.

V dnešní době slouží toto jezero především k rekreaci a koupání místních i turistů. Na břehu jezera se nachází kemp, volejbalové hřiště i přístav s restaurací zvaný Marina Labe kde návštěvníci mohou ochutnat místní rybí speciality. Přes jezero brázdí výletní loď Porta Bohemica a přímo k jezeru vede i cyklostezka a kolem také naučná vinařská stezka, jelikož téměř všechny okolní svahy jsou porostlé vinnou révou (Žernosecké jezero, 2011).

Rekreovat a koupat se lidé také chodí přímo k břehům řeky Labe, například na oblíbený Střelecký ostrov v Litoměřicích, jenž od hlavního toku odděluje jen slabé rameno řeky a kde se nachází i malá hospůdka pro občerstvení a prolézačky pro děti.

Za zmínku jistě stojí také jezero Chmelař u obce Úštěk. Ve skutečnosti se nejedná o jezero ale rybník, toto označení je chybné podobně jako je to u Máchova jezera. V blízkosti Chmelaře se nachází písčité pláže pro odpočinek turistů, kteří se mohou ubytovat v přilehlém kempu. K vypůjčení jsou na jezeře lodičky, nebo vodní šlapadla (Jezero Chmelař - Úštěk, 2020).

Rekreace v lesích a horách

Litoměřicko má na svém území velké množství zalesněných ploch a velkou členitost terénu. To je také důvod, proč je tato malebná krajina vyhledávanou destinací pro turisty. Možnosti ubytování v této lokalitě jsou opravdu rozmanité. Z těch zajímavějších stojí za to zmínit Ranč Pod Lovošem, který skloubí venkovskou turistiku s příjemným odpočinkem v přírodě uprostřed Opárenského údolí. Ubytovaní na Ranči ocení především milovníci zvířat a především koní (Attl a Studnička 2009).

Nedaleký Černodolský mlýn, zase uspokojí i náročnější klientelu. Penzion se pyšní svou polohou „na konci světa“ a slibuje hostům poklidnou atmosféru se zurčením potůčku a zpěvem ptáků přímo v srdci Českého středohoří. Skrze toto místo vede turistická trasa jménem „Zlatá stezka zemí hradů“, která propojuje několik proslulých hradů v Českém středohoří a dojet se sem dá i na kole (Černodolský mlýn, 2020).

Venkovská turistika

Venkovská turistika je poměrně široký pojem. Destinace Litoměřicka má mnoho míst kde se stále hospodář s tradicemi a zachovávají si vesnický styl života. V úrodném Polabí je v každé obci mnoho zemědělců, v jejichž rodinách se zkušenosti dědí po generacích. Nejinak je tomu ve vyšších polohách, kde se lidé zabývají chovem ovcí a krav, které spásají okolní svahy a louky.

Velice oblíbený v této oblasti je chov koní a s ním spojený jezdecký sport, ale i pouze rekreační ježdění. Tzv. Hippoturistika je forma cestovního ruchu, kdy jsou turisté svezeni na koních v přírodě, užijí si tak nejen přírodní krásy, ale také pohled na svět z koňského hřbetu a kontakt s ušlechtilým zvířetem. Jízda na koni je také často spojována s léčebnými a rehabilitačními účinky. Tzv. Hippoterapie má blahodárny vliv na psychiku,

a hlavně na fyzickou kondici klientů přijíždějících z ústavů pro postižené, či dětských domovů, nebo domovů důchodců.

V roce 2005 byla dokonce otevřena Polabská jezdecká stezka, která začíná u Litoměřické Mostné Hory a pokračuje přes „kopečky“ jak se říká výše položeným obcím nad Litoměřicemi až do Děčína. Ve vybrané oblasti je velká koncentrace farem, ekofarem a jezdeckých stájí, oddílů a rančů, takže si každý návštěvník vybere podle libosti a svých priorit (Attl a Studnička 2009).

Vodní turistika

V září 2019 byl představen projekt Destinační agentury Českého středohoří na podporu poříční turistiky. Mají za cíl zvýšit propagaci řeky a přivést turisty k půjčovnám malých lodí, na kterých mohou brázdit Labské vody a u toho poznávat krásy Českého středohoří a hlavně Litoměřicka. Dopomoci by k tomu měla i výstavba nových přístavišť, díky nimž budou moci návštěvníci zastavit a udělat si výlet do okolí, například do některého z přilehlých vinařství a tam se občerstvit a tím vším posílit cestovní ruch v této lokalitě (Individuální vodní turistika, 2019).

V Litoměřicích na již zmíněném Střeleckém ostrově funguje sdružení TJ Slavoj Litoměřice, které zaštituje Veslařský oddíl, Jachtařský oddíl, Vodácký oddíl a na závěr také oddíl vodních motoristů. K dispozici mají dvě velké loděnice a ubytovny pro případné návštěvníky z řad soutěžících při závodech (Slavoj Litoměřice, 2020).

Horolezectví

Na Litoměřicku se hojně vyskytují klasické pískovcové skalní útvary, které jsou oblíbeným cílem horolezců. Skály najdeme například poblíž města Úštěk a v okolí hradu Helfenburk. Celkem se zde nachází okolo dvaceti skalních věží, s různými jmény jako například Rohatá, Jahnův kámen, Veličenstvo nebo Strážce Ptačího údolí. Každá má několik možných cest k vylezení.

Malá skalní oblast se nachází také pod zříceninou husitského hradu Kalich, který u obce Třebušín založil Jan Žižka (Skály u Úštěku, 2020).

Dalším oblíbeným místem jsou skalní útvary na hoře Boreč, nebo na Dlouhém vrchu, kterému místní přezdívali „Dlouháč“. Nachází se tam dvě skalní věže z tefritického znělce jménem Jehla a Hadovka (Skály Dlouhý vrch, 2020).

Závěsné létání

Vybraná oblast nemá příznivé podmínky pro provozování aktivit jako je závěsné létání a nevyskytuje se zde žádný spolek k tomuto druhu sportu určený.

Sportovní myslivost

Sportovní myslivost není pro náhodného turistu příliš jednoduchá věc. Zájemce musí být držitelem loveckého lístku pro občany ČR, případně loveckého lístku pro cizince a zároveň držitelem zbrojního průkazu. Dále je zapotřebí si vyřídit nebo zakoupit povolenku k lovu v některé z místních honiteb, a to přímo u daného honebního společenstva, nebo mysliveckého spolku, který daný revír obhospodařuje. Konkrétní podmínky možnosti lovu jsou určeny pravidly vybraného revíru a vzájemně se odlišují. Nicméně umožnění lovu pro nečleny těchto spolků je z valné většiny zpoplatněno dle ceníků jednotlivých spolků.

Vybrané oblasti ORP Lovosice a ORP Litoměřice registrují 21 a 29 honiteb. Příklady mysliveckých spolků a sdružení pečujících o honitby:

- MS Český Granát Podsedice,
- HS Klapý,
- MS Kalich,
- MS Pyrop Třebívlice,
- MS Drahodobuz,
- HS Kalovice,
- MS Polabí Travčice,
- LČR s.p. LS Litoměřice,

a mnoho dalších (Myslivercký portál - Honitby, 2020).

Sportovní rybolov

Litoměřicko ležící na soutoku řek Labe a Ohře skýtá jedno z nejkrásnějších rybářských míst v České republice. Český rybářský svaz a místní organizace zde obhospodařují zhruba 507 hektarů vodních ploch pro sportovní rybolov, z nichž pouze 20 ha vod je prstruhových a téměř 480 ha je mimopstruhových. Zbývajících 7 ha jsou vodní plochy určené pro chov ryb, například chovné rybníky, kde je rybolov zakázán.

V této oblasti se vyskytuje pět organizací, které zaštituje Český rybářský svaz. Jedná se o místní skupinu Litoměřice, Lovosice, Bohušovice nad Ohří, Úštěk a Doksany. Jejich hlavní činností je starat se o svěřené rybářské revíry a skrze rybářské kroužky pro děti vychovávat mladou generaci rybářů.

Ať už je to na uzavřených vodních plochách jako jsou rybníky a jezera, nebo na tekoucí vodě řek, nejčastěji se v této lokalitě loví tyto druhy ryb: Kapr obecný, Okoun říční, Candát obecný, Plotice obecná, Lín obecný, Cejn velký, Amur Bílý, Sumec velký či Štika obecná (Český rybářský svaz, 2020).

Pozorování vodních ptáků

Vybranou oblastí protéká řeka Labe, která je zimovištěm ale i celoročním domovem mnoha druhů vodního ptactva. Středisko ekologické výchovy SEVER dokonce v roce 2011 uspořádalo ornitologickou exkurzi pro pedagogy z Ústeckého kraje. Toto pozorování ptactva na řece Labi a v okolí Litoměřic vedli odborníci a zkušení ornitologové ze střediska a ze Správy CHKO České středohoří. K vidění byli například kormoráni velcí (*Phalacrocorax carbo*), volavky popelavé (*Ardea cinerea*), či různé druhy potápek (*Podicipediformes*) (Středisko ekologické výchovy SEVER, 2011).

Pořádání těchto ornitologických procházek v dalších letech převzalo Oblastní muzeum v Litoměřicích a umožnilo tak poznávat rozmanitou ptačí faunu i nepedagogickým pracovníkům a obyčejným ptačím nadšencům. Vedoucí ornitolog Václav Beran sliboval pozorování labutě velké, racka bělohavého, s trochou štěstí i ledňáčka říčního a dalších opeřených obyvatel města a blízkého okolí.

Celoročně však lze pozorovat klasické druhy vodního ptactva na okolích rybnících, a především na dvou největších vodních plochách ve vybrané oblasti, kterými jsou jezero Chmelař na Úštěcku a Žernosecké, známé také jako Píšťanské jezero u Velkých Žernosek (Ornitologická vycházka, 2017).

Kulturně historické památky

Zvolená destinace Litoměřicka není z pohledu cestovního ruchu zajímavá pouze díky svým přírodním krásám, ale také právě díky své bohaté historii, kultuře a nespočtu hradů, zámků, zřícenin, galerií, muzeí či sakrálních pamětihodností.

V roce 2008 byly mezi nejnavštěvovanější kulturně historické památky zařazeny Státní zámek Ploskovice a Památník Terezín, který každoročně navštíví přes 450 000 návštěvníků a řadí se tak mezi 10 nejnavštěvovanějších turistických cílů České republiky.

Barokní zámek Ploskovice je také častým cílem filmařů, jako jedno ze známějších zde probíhalo natáčení seriálu První republika v produkci České televize. Na malebném zámku se koná i řada tematických akcí jako například vánoční a velikonoční oslavy, keramické trhy, divadelní představení nebo v okolí proslulé prohlídky zámku s princeznou.

Chráněný jako kulturní památka je zámek v Libochovicích, který je veřejnosti přístupný i ke konání svatebních obřadů. Turistickou zajímavostí zámku jsou exotické palmy na nádvoří a volně se procházející pávy.

Mezi turisticky oblíbené hrady patří zřícenina Hazmburk jehož svahy jsou spojovány s vinařskou tradicí a vinohradnictvím. Zajímavý je také vodní hrad Budyně nad Ohří, který má u svých hradeb vodní příkop. Dětským lákadlem je vycpanina krokodýla dovezeného na počátku 16. století z Egypta, jenž je umístěn v Jandově muzeu v útrobách hradu.

Nechvalně proslulou památkou na Litoměřicku je bývalá nacistická podzemní továrna Richard, která během 2. světové války sloužila k výrobě leteckých součástek. Továrna byla vytvořena v původním vápencovém dole pod Vrchem Radobýl a byla využívána jako koncentrační tábor pro nacistické vězně, podle odhadů by délka podzemních prostor mohla být až 120 km. V současné době je však tato smutná památka zcela nepřístupná, jelikož hrozí zavalení.

Městské památkové rezervace se v destinaci nacházejí tři, již zmíněné Litoměřice, Terezín a také Ústěk. Terezín je spojovaný především s již zmíněnou Malou pevností sloužící jako památník židovským obětem, Litoměřické atraktivity mají podobu gotických (Gotické dvojče, Dům U Pěti panen) a renesančních domů, biskupské rezidence, katedrály sv. Štěpána, a dalších. Za zmínku stojí také jedno z největších náměstí v České republice a velmi rozsáhlý komplex podzemních chodeb a sklepení, jež původně měly sloužit k propojení kostelů a klášterů a dnes je téměř 366 m katakomb zpřístupněno veřejnosti v pravidelných prohlídkách. Ústěk je nejmenší městská památková rezervace v ČR, která však oplývá mnoha pozoruhodnostmi, které stojí za to navštívit. Například se jedná o Ptačí domky připomínající ptačí hnízda nalepená na skále, které byly postavené italskými

dělníky pracujícími na stavbě železnice z Litoměřic do České Lípy na přelomu 18. a 19. století. Dále jsou atraktivní gotické domy s podloubími, městské hradby, barokní kostel sv. Petra a Pavla nebo Pikhartská věž (Attl a Studnička 2009).

Skanzeny a muzea

Pravděpodobně za nejvýznamnější ve zvolené oblasti lze označit Muzeum Ghetta v Terezíně spadající pod Památník Terezín. Toto muzeum bylo otevřeno v roce 1991 při příležitosti 50. výročí zahájení deportací Židů a byla zde vytvořena dechberoucí stálá expozice ku připomenutí památky obětí nacistických zločinů v Terezínském ghettu. Poznat dějiny a strašlivé následky druhé světové války sem jezdí turisté hlavně ze zahraničí, přijíždějí sem celé autobusy zájezdů zacílených právě na tuto nehezku historii. (Muzeum Ghetta, 2020).

Galerie a muzeum Litoměřické diecéze se nachází přímo na Mírovém náměstí v Litoměřicích. Severočeská galerie výtvarného umění umístěna v Michalské ulici v Litoměřicích pravidelně nabízí různé výstavy umění. Součástí oblastního muzea je i Památník Karla Hynka Máchy tzv. Máchova světnička, která se nachází v domě „Na Vikárce“ a je uctění památkou a připomínkou známého českého básníka.

Muzeum českého granátu v Třebenicích situované v ORP Lovosice má v oblasti též významné postavení. Za zmínku stojí také Pekelné sklepy a muzeum Čertů v Úštěku, které jsou velmi oblíbené mezi dětskými návštěvníky.

Těsně za hranicí vybrané oblasti ORP Litoměřice se nachází velmi známý Zubrnický skanzen s muzeem zástavby lidové architektury, který bohužel pro účely této práce nelze zahrnout do lokalizačních podmínek pro zhodnocení potenciálu cestovního ruchu vybrané destinace (Attl a Studnička 2009).

Lázeňská funkce

Nejbližším lázeňským komplexem jsou překrásné lázně Mšené s bohatou historií. Bohužel však tyto lázně těsně nespádají do vybrané destinace a jiné lázeňské objekty se v oblasti nenacházejí.

Kongresy a konference

Největší prostory pro konference skýtá zrekonstruovaný Hrad Litoměřice. Jeho atraktivní gotické jádro nabízí moderně vybavený plně technicky zabezpečený kongresový

sál s kapacitou 180 míst. Navýšení kapacity je možné po propojení prostor s Domem kultury, čímž vzniká obrovský komplex pro pořádání konferencí a kongresů s kapacitou až 700 osob

V minulosti se zde konaly konference na téma: „Energie, doprava a inovace pro města 21. století“ v roce 2017, nebo „Stop and Stay – podpora turismu a rozvoje turistického ruchu v regionu“ v roce 2018, či „Energie v rukou měst“ v roce 2019 (Hrad Litoměřice, 2021).

Kulturní akce

V centru Litoměřic v těsné blízkosti Litoměřického hradu stojí Dům kultury, který je místem konání mnoha společenských akcí od plesů, maturitních plesů, výuky tance – tedy tanečních, přes různé koncerty a zábavní představení až po různé výstavy.

V Terezíně se každoročně konají Josefské slavnosti, jejichž program se opírá o vojenskou historii tohoto města založeného Josefem II a pojmenovaného na počest jeho matky císařovny Marie Terezie. Akce je zaměřena především na dětské návštěvníky a snaží se mít edukativní funkci o tomto historickém místě.

V červenci se v Terezíně pořádají ještě Dny Ohře, které mají podobnou náplň jako slavnosti Josefské a oslavuje se tím vojenská historie města jako barokní pevnosti na řece Ohři.

S vinnou tematikou je v této vinařské oblasti spojeno velké množství akcí. Mezi nejznámější patří bezesporu Vinobraní v Litoměřicích, také slavnost Vinařské Litoměřice, které se konají v uzavřených prostorách Domu kultury a jedná se o výstavu více jak 70ti vinařů s tisíci vzorky vypěstovaných a zpracovaných vín. Vinařské Litoměřice konající se v dubnu jsou velice atraktivní nejenom pro místní, ale především pro návštěvníky na počátku turistické sezony.

Nesmíme zapomenout na tradiční Vinobraní konající se v Třebívlicích a v Žernosekách, kde se koná i Žernosecký košť. Pro příznivce piva se v Litoměřicích konají i Pivní slavnosti, jež mají v oblibě hlavně mužská část turistů (Attl a Studnička 2009).

Sportovní akce

Již od roku 1959 se Tereziánským cyklistickým klubem na památku osvobození města Rudou armádou ke konci druhé světové války pořádá každoročně mezinárodní

cyklistický Závod míru juniorů, dříve byl nazýván Závod míru mládeže a je rozdělen do několika etap.

V Litoměřicích se od roku 2010 každoročně pořádá charitativní Běh na Mostnou horu v rámci organizace Rozběháme Česko, která pomáhá centru pro náhradní rodinnou péči. Podobný je také Běh do Máchových schodů, spjatý s odkazem Karla Hynka Máchy v Litoměřicích. Neopomenutelné jsou také hokejové zápasy klubu HC Stadion Litoměřice, které se konají v jejich vlastní Kalich areně.

Církevní akce

Uprostřed lesů u obce Ostré se na vrchu Kalvárie dívá do krajiny barokní stavení se dvěma totožnými kaplemi a mohutnými pískovcovými schody. Tímto místem prochází křížová cesta a konají se zde poutě pro věřící z širokého okolí. V pozadí věží se nachází i boží hrob.

V Litoměřicích se od roku 2009 otevírají kostely široké veřejnosti na akci zvané Noc Kostelů. Lidé mají možnost navštívit a prohlédnout si kostely a seznámit se s jejich kulturní hodnotou. Doprovodné akce přibližují lidem křesťanství prostřednictvím divadelního představení, hudby, výtvarného umění či přímého setkání s protagonisty (Biskupství Litoměřice, 2021).

Veletrhy a tematické trhy

Bezesporu nejvýznamnější a nejznámější událostí, která přivádí návštěvníky z celé České republiky a mnohdy i ze zahraničí je Zahrada Čech. Na litoměřickém výstavišti se v roce 2020 konal již 44. ročník tohoto veletrhu zaměřeného na drobné pěstitele, zahrádkáře, kutily, chalupáře, chovatele a milovníky přírody a všeho živého. Spojení Litoměřice – Zahrada Čech je povětšinou obecně známé.

V prostorách výstaviště totožně pojmenováno Zahrada Čech se koná řada dalších tematických výstav jako Můj dům můj hrad týkající se bydlení, Mezinárodní výstava psů, Autosalon na Zahradě Čech nebo Gastro Food Fest (Zahrada Čech, 2021).

V nedalekém Úštěku se koná velice oblíbený historický Jarmark, kde si návštěvníci mohou vyzkoušet mnoho tradičních řemesel, shlédnout průvod v dobových kostýmech, zahrát středověké hry a jiné zábavné aktivity pro děti (Attl a Studnička 2009).

Místní produkty

Mezi místní produkty je bezesporu nutné zařadit lokální víno z vinařské podoblasti Litoměřice. Nejčastěji pěstované odrůdy v této oblasti jsou Ryzlink rýnský, Müller Thurgau, Rulandské bílé, z červených pak Rulandské modré, Modrý Portugal a Svatovavřínecké.

Ve zvolené lokalitě se nachází hned několik minipivovarů vařících si své vlastní pivo. Mezi nejoblíbenější patří Minipivovar Labuť, Biskupský pivovar u sv. Štěpána, nebo Hákův parní pivovar.

Jak již bylo zmíněno, polabské údolí je velice úrodnou oblastí a značná část obyvatel se živí zemědělstvím. Mezi místní produkty se tak řadí i výpěstky místních farmářů. V ORP Lovosice je zase velké množství sadařů a ovoce z jejich sadů se vyváží i mimo kraj.

Co se týče nepotravinových lokálních produktů, je zde snaha oživit prastaré řemeslo ručního vyrábění papíru. Vytvářejí jakékoliv formáty a artikly s různými motivy, přičemž každý kus je originál.

Příhraniční specifika

Ani jedna z vybraných oblastí neleží v příhraničním pásmu, a tudíž je velmi nepravděpodobné, že by sem účastníci cestovního ruchu jezdili ze zahraničí za účelem nákupu nebo jiných běžných aktivit.

Celkové bodové zhodnocení potenciálu destinace

V návaznosti na získané poznatky týkající se potenciálu cestovního ruchu ve vybrané destinaci, bylo provedeno bodové ohodnocení přítomnosti a intenzity jednotlivých složek potenciálu CR dle metody Bíny (2002), což je znázorněno v tabulce číslo 2.

Na základě tohoto bodového hodnocení lokalizačních podmínek dle metody Bíny (2002), získala autorkou zvolená destinace Litoměřicka a územního členění dvou ORP oblastí Litoměřic a Lovosic celkem **252 bodů**.

Podle stupnice bodového ohodnocení faktorů to tedy znamená, že tuto oblast lze zařadit do **zóny výjimečného potenciálu** cestovního ruchu.

Tabulka 2 - Zhodnocení lokalizačních podmínek zvolené destinace

Složka potenciálu cestovního ruchu	Počet bodů pro kladný stupeň lokalizačních podmínek		
	1	2	3
Přírodní pozoruhodnosti		20	
Vhodnost krajiny pro pěší a horskou turistiku		10	
Vhodnost krajiny pro cykloturistiku		15	
Vhodnost krajiny pro sjezdové a zimní sporty	-	-	-
Vhodnost krajiny pro lyžařskou turistiku	3		
Vhodnost krajiny pro rekreaci u vody		20	
Vhodnost krajiny pro rekreaci typu les/hory	7		
Vhodnost krajiny pro venkovskou turistiku	3		
Vhodnost krajiny pro vodní turistiku		7	
Vhodnost krajiny pro horolezectví			2
Vhodnost krajiny pro závěsné létání			-
Vhodnost krajiny pro sportovní myslivost			2
Vhodnost krajiny pro sportovní rybolov			2
Vhodnost krajiny pro pozorování vodních ptáků			1
Kulturně historické památky a soubory		25	
Skanzeny a muzea			35
Lázeňská funkce	-	-	-
Kongresy a konference		10	
Kulturní akce		20	
Sportovní akce			20
Církevní akce	-	-	-
Veletrhy a tematické trhy			40
Místní produkty		10	
Příhraniční specifika	-	-	-

Zdroj: Vlastní zpracování, 2021

4.4 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo zaměřeno na zjištění všeobecného povědomí obyvatelstva o pojmu vinný turismus a na předpoklady návštěvnosti vybrané destinace v rámci tohoto odvětví cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že tématem výzkumu byl alkoholický nápoj víno, bylo dotazování směřováno na cílovou skupinu všech osob nad 18 let věku.

Výzkumu, který probíhal formou elektronického dotazníku necelý měsíc v období od 6.1.2021 do 15.2.2021 se nakonec zúčastnilo celkem 308 respondentů. Pro lepší přehlednost byly otázky až na jedinou pouze uzavřené. Dotazník byl rozvětven podle odpovědí respondentů a filtroval je tak do různých sekcí. Sociodemografické otázky byly umístěny na konec dotazníku. Všechna sesbíraná data byla v průběhu dotazování ukládána a následně vyhodnocena a zpracována do přehledných tabulek a grafů, za pomoci absolutních a relativních četností odpovědí. Dotazník v plném znění je umístěn na konci této práce v přílohách. (Příloha č. 4)

Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření obsahovalo celkem 23 otázek, z nichž 5 otázek bylo sociodemografického typu a zbylé otázky se soustředili na znalost respondentů dané problematiky a na potenciální zájem turistů o danou formu cestovního ruchu ve vybrané destinaci.

Zájem o cestování

Jako úplně první byla zvolena otázka, která zněla následovně: **Cestujete, nebo plánujete cestovat a jezdit na výlety po České republice?** Tato otázka byla filtrující a oddělila respondenty, kteří odpověděli, že vůbec nemají v plánu cestovat ani o to nemají zájem. V dalších tematických otázkách tudíž dále odpovídalo už jen 287 respondentů z původního celkového počtu 308.

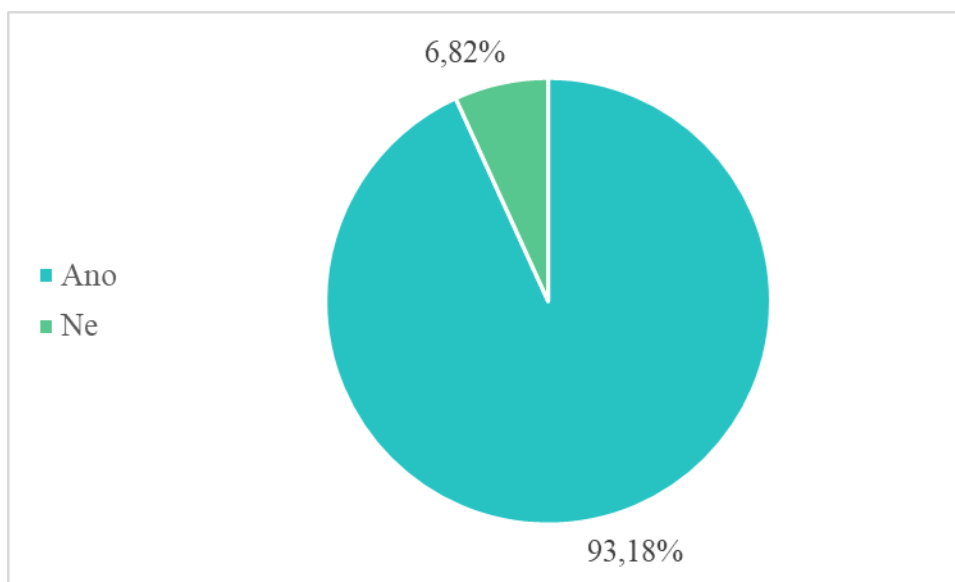
Tabulka 3 - Zájem o cestování po ČR

Cestujete, nebo plánujete cestovat a jezdit na výlety po České republice?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	287	93,18%
Ne	21	6,82%
Celkem	308	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Jako dobrý výsledek pro účely této práce je u otázky považován fakt, že odpověď „Ne“ zvolilo pouze 21 respondentů z celkového počtu dotazovaných (N= 308), což vyjadřuje slabých 6,82 %, jak lze vidět na grafu číslo 1.

Graf 1 - Zájem o cestování po ČR



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Nejčastější partner na cestování

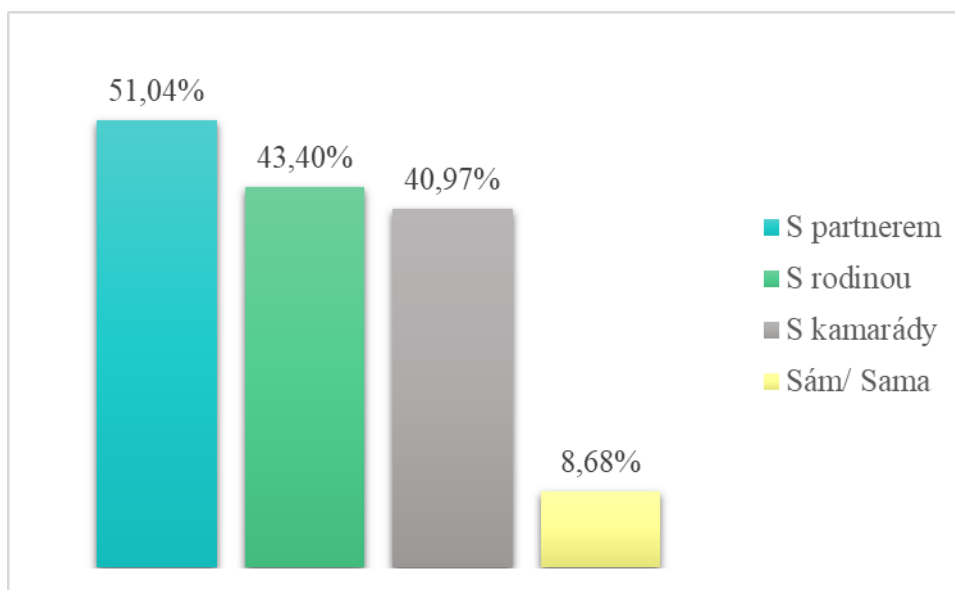
Dle responzí u otázky číslo dvě je patrné, že většina (51,04 %, 147) dotazovatelů nejčastěji cestuje a jezdí na výlety s partnerem, ať už se jedná o manžela/manželku či přítele/přítelkyni. Jako druhá nejčastější odpověď byla rodina, dále kamarádi a pouze 8,68 %, v absolutním počtu pouze 25 odpovědí bylo, že cestují o samotě, jak je názorně vidět v grafu číslo 2.

Tabulka 4 - Nejčastější partner na cestování

S kým nejčastěji cestujete?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
S partnerem	147	51,04%
S rodinou	125	43,40%
S kamarády	118	40,97%
Sám/ Sama	25	8,68%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 2 - Nejčastější partner na cestování



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Četnost a obvyklá náplň výjezdů

Otázka týkající se četností výjezdů pojednává o tom, kolikrát za letní sezonu jezdí respondenti na dovolenou či vícedenní výlety. Převažuje odpověď 1krát až 2krát za sezonu se 120 ti respondenci (41,81 %) a další dvě odpovědi mají naprosto totožný absolutní počet 82 odpovědí (28,57 %). Z výsledků lze usuzovat, že lidé cestují po ČR poměrně často.

Tabulka 5 - Četnost výjezdů

Kolikrát za letní sezonu jedete na dovolenou či prodloužený víkend po Čechách?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
1krát až 2krát	120	41,81%
Více než 4krát – často využívám prodloužených víkendů	82	28,57%
3krát až 4krát	82	28,57%
Jedím na dovolenou pouze v zimě, v létě si užívám doma.	3	1,05%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 3 - Četnost výjezdů



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

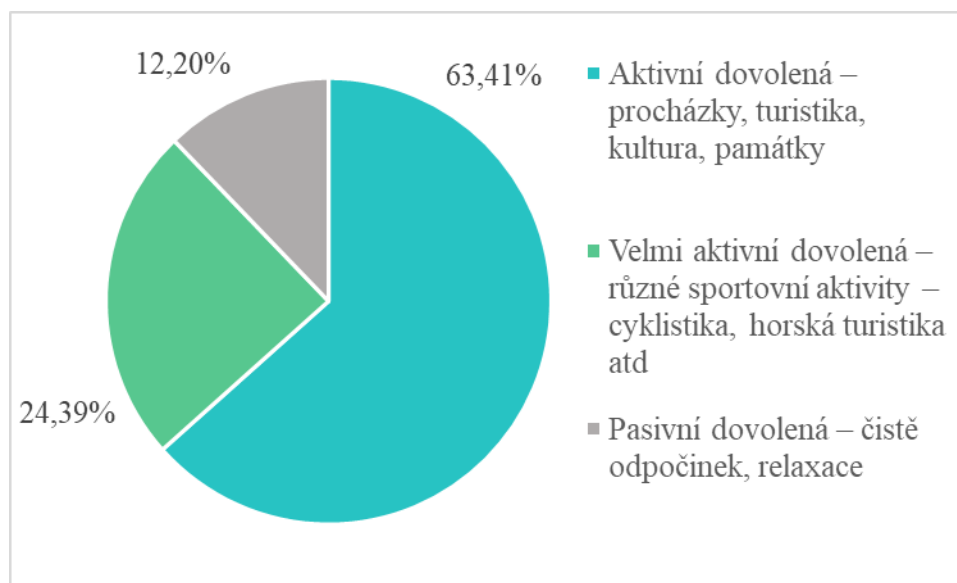
Následoval dotaz, jakou mají obvykle tyto dovolené a výlety náplň. Jak lze vidět v přehledné tabulce číslo 6 pouhých 12,20 % respondentů (35, N=287) volí na svých dovolených pasivní odpočinek. Většina respondentů zvolila buď aktivní nebo velmi aktivní náplň dovolené. Celkem to bylo 252 (N=287) dotazovaných což činí dohromady 87,8 %.

Tabulka 6 - Obvyklá náplň výjezdů

Jaká je Vaše obvyklá náplň letní dovolené?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Aktivní dovolená – procházky, turistika, kultura, památky	182	63,41%
Velmi aktivní dovolená – různé sportovní aktivity – cyklistika, horská turistika atd	70	24,39%
Pasivní dovolená – čistě odpočinek, relaxace	35	12,20%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 4 - Obvyklá náplň dovolené



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Nejčastější způsob dopravy při cestování

Otázkou číslo 5 bylo zjišťováno, jakým dopravním prostředkem respondenti nejčastěji cestují po České republice, bylo možné zvolit maximálně 3 odpovědi.

Tabulka 7 - Nejčastější způsob dopravy

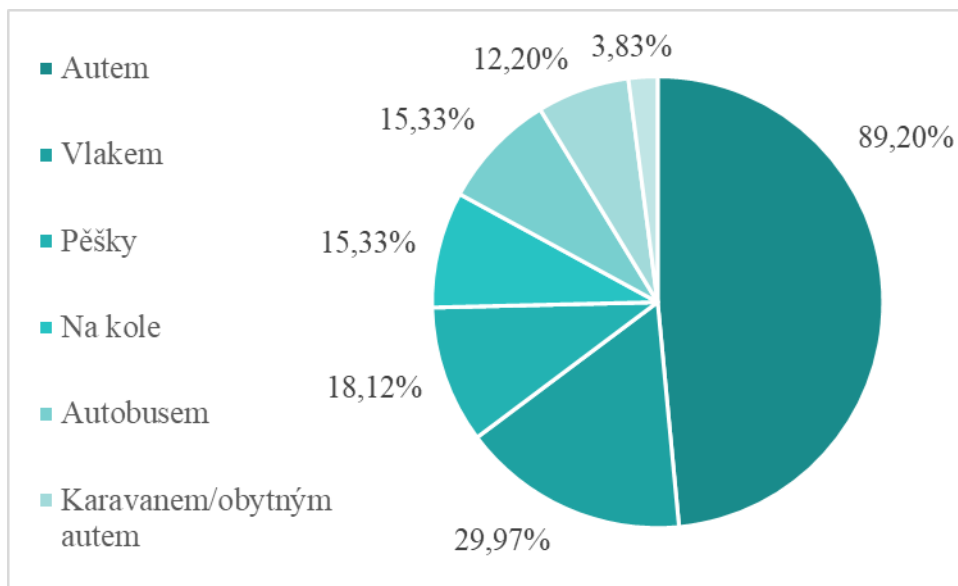
Jakým dopravním prostředkem nejčastěji cestujete v rámci České republiky?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Autem	256	89,20%
Vlakem	86	29,97%
Pěšky	52	18,12%
Na kole	44	15,33%
Autobusem	44	15,33%
Karavanem/obytným autem	35	12,20%
Motocyklem	11	3,83%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Téměř 90 % dotazovaných odpovědělo, že v rámci ČR cestují nejčastěji autem (256, N = 287), slabší hodnoty pak zaznamenalo cestování vlakem (29,97 %, 86) a pěšky (18,12 %, 52). Shodné hodnoty zaznamenalo cestování na kole a autobusem (15,33 % 44), o něco nižší cestování karavanem nebo obytným automobilem (12,2 %, 35) a jak lze vidět

na grafu číslo 5, tak pouhých 11 respondentů (3,83 %) cestuje na motocyklu, což ale není překvapivý jev.

Graf 5 - Nejčastější způsob dopravy



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Nejčastěji využívaný druh ubytování při cestování

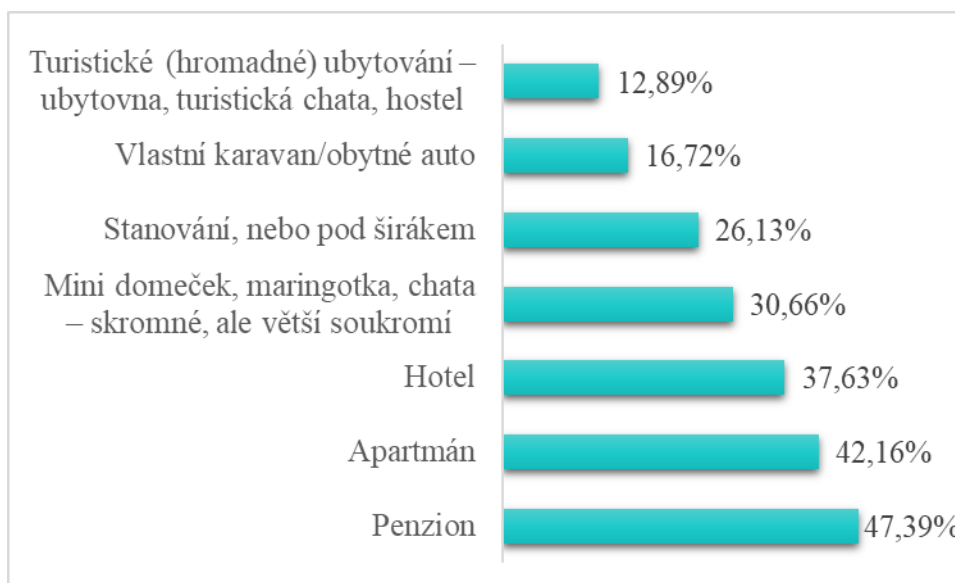
Otázka týkající se preferencí v ubytování měla celkem 7 různých odpovědí a respondenti si mohli vybrat maximálně tři, které preferují nejčastěji.

Tabulka 8 - Nejčastější typ ubytování

Jakému druhu ubytování dáváte na svých cestách nejčastěji přednost?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Penzion	136	47,39%
Apartmán	121	42,16%
Hotel	108	37,63%
Mini domeček, maringotka, chata – skromné, ale větší soukromí	88	30,66%
Stanování, nebo pod širákem	75	26,13%
Vlastní karavan/obytné auto	48	16,72%
Turistické (hromadné) ubytování – ubytovna, turistická chata, hostel	37	12,89%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 6 - Nejčastější typ ubytování



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Z výše uvedené tabulky a grafu je patrné, že výsledné hodnoty jsou poměrně vyrovnané a klesají postupně, ne skokově. Nejvíce odpovědí bylo zaznamenáno u ubytování typu penzion 136 (47,39 %, N=287), a apartmán 121 (42,16 %). Hotelové ubytování zaujímá až třetí pozici 108 (37,63 %) a dále se tam nachází již skromnější typy ubytování jako je mini domeček, chatka a maringotka 88 (30,66 %), nebo stanování či spaní od širákem 75 (26,13 %) a také ubytování ve vlastním karavanu či obytném autě které získalo 16,72 % odpovědí (48). Nejméně vyhledávaným typem ubytování je turistické hromadné ubytování 37 (12,89 %).

Preference ročního období

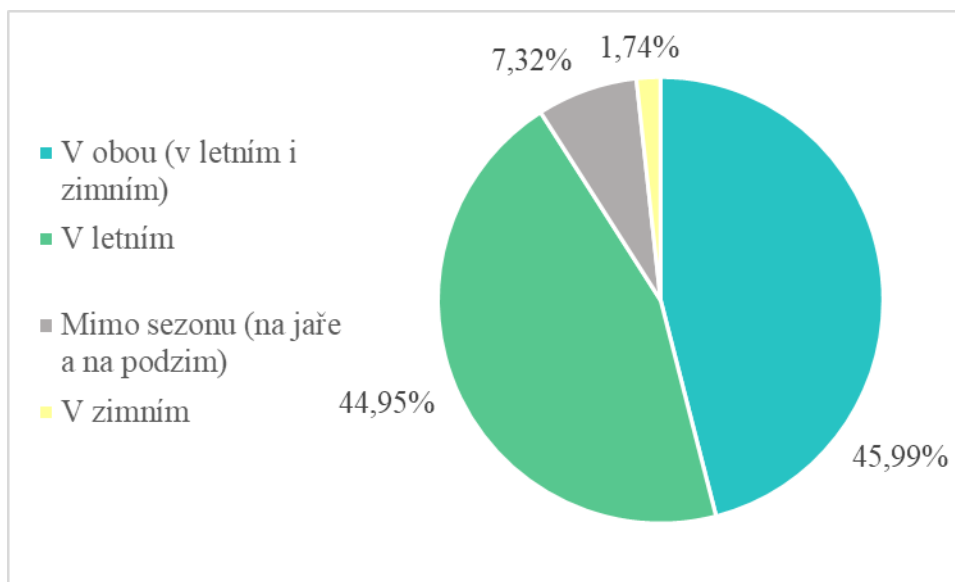
Z následující tabulky vyplývá, že velký počet respondentů (132, N=287) preferuje celoroční cestování a podobný počet (129, N=287) má v oblibě cestovat pouze v letních měsících. Zbýlých 21 (7,32 %) dotázaných odpovědělo, že nejčastěji cestují mimo sezonu a 5 respondentů pouze v zimním období, což je téměř zanedbatelné, protože to tvoří pouhých 1,74 % z celkového počtu respondentů (N=287) jak je znázorněno v grafu číslo 7.

Tabulka 9 - Preference ročního období

V jakém ročním období obvykle cestujete po České republice?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
V obou (v letním i zimním)	132	45,99%
V letním	129	44,95%
Mimo sezony (na jaře a na podzim)	21	7,32%
V zimním	5	1,74%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 7 - Preference ročního období



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Povědomí o vinném turismu a jeho zdroj

Následující otázky jsou již konkrétnější a zabývají se povědomím dotázaných o vinném turismu a dalších potenciálních informacích týkajících se rozvoje vinného turismu na Litoměřicku.

Z následujících dat uvedených v tabulce číslo 10 vyplývá, že valná většina dotazovaných má povědomí o vinném turismu. Tuto odpověď zvolilo 66,20 % dotázaných což odpovídá 190 respondentům z celkového počtu všech dotázaných (N=287).

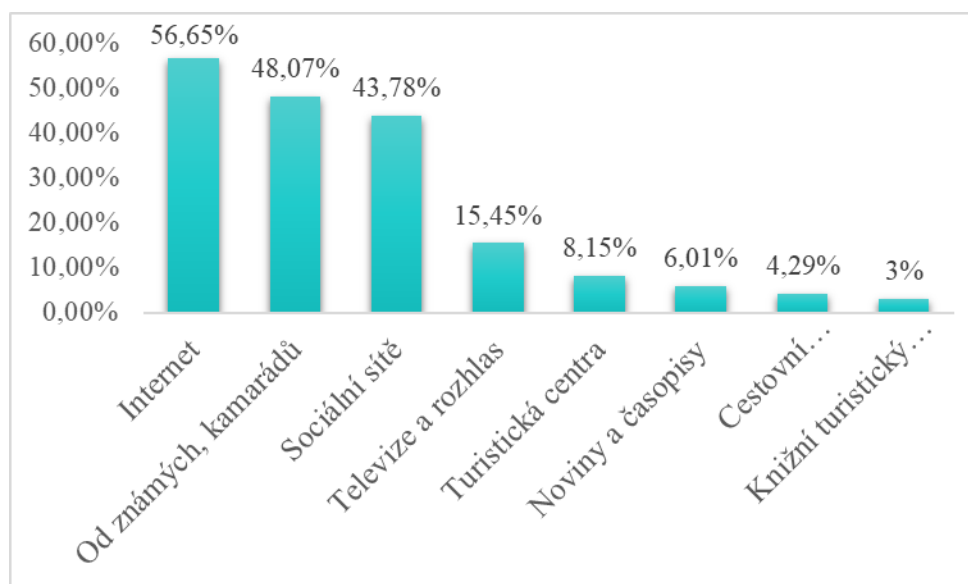
Tabulka 10 - Povědomí o vinném turismu

Slyšel/a jste někdy o vinném turismu?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano slyšel/a	190	66,20%
Neslyšel/a	54	18,75%
Nejsem si jistý/jistá	43	14,98%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Na dalším grafu číslo 8, je možné sledovat nejčastější zdroje informací, díky nimž mají respondenti povědomí o této složce cestovního ruchu – vinném turismu. Nejčastěji se v odpovědích objevoval internet 132 (56,65 %), doporučení od známých a kamarádů 112 (48,07 %) a sociální sítě 102 (43,78 %). Menší zastoupení pak zaznamenali televize a rozhlas, turistická centra, noviny, cestovní kanceláře a knižní průvodce.

Graf 8 - Zdroj povědomí o vinném turismu

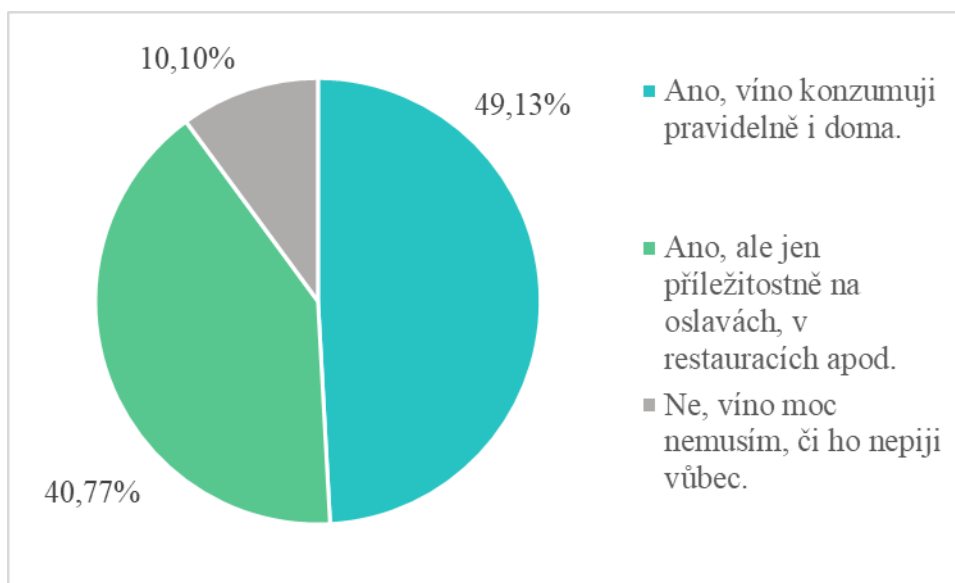


Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Konzumace vína

Další otázka znázorněná na grafu číslo 9 směřovala na zjištění ohledně konzumace vína. Většina respondentů uvedla, že víno pijí ať už pravidelně 141 (49,13 %, N=287), nebo jen příležitostně na oslavách a jiných akcích 117 (40,77 %). Pouhých 29 dotazovaných odpovědělo, že víno nepijí (10,10 %, N=287).

Graf 9 - Konzumace vína



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Přesná data jsou uvedena v tabulce číslo 11.

Tabulka 11 - Konzumace vína

Jste konzumentem vína?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano, víno konzumuji pravidelně i doma.	141	49,13%
Ano, ale jen příležitostně na oslavách, v restauracích apod.	117	40,77%
Ne, víno moc nemusím, či ho nepiji vůbec.	29	10,10%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Akce a aktivity spojené s vínem

Na základě těchto dvou otázek bylo zjišťováno, jakých akcí spojených s vínem se respondenti již v minulosti zúčastnili a o jaké akce a aktivity by měli potenciální zájem ve vybrané destinaci.

V tabulce číslo 12 lze vidět, že nejpopulárnější mezi dotazovanými byly Vinobraní a podobné festivaly, jelikož takto odpovědělo 64,81 % (186, N=287) respondentů. Téměř stejné hodnoty zaznamenaly návštěvy vinného sklípku společně s degustacemi

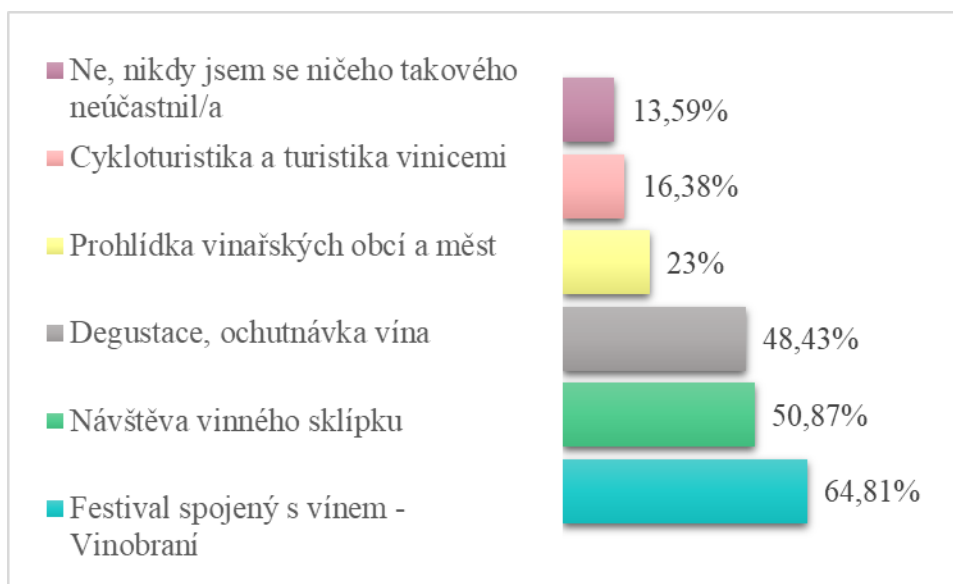
a ochutnávkami, obě tyto odpovědi zvolilo okolo 50 % dotázaných. Poměrně malé zastoupení měla cykloturistika a turistika vinicemi, pouze 16,38 % (47) respondentů odpovědělo, že s touto činností mají zkušenost.

Tabulka 12 - Navštívené akce spojené s vínem

Zúčastnil/a jste se někdy v rámci vinného turismu některé z těchto činností?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Festival spojený s vínem - Vinobraní	186	64,81%
Návštěva vinného sklípku	146	50,87%
Degustace, ochutnávka vína	139	48,43%
Prohlídka vinařských obcí a měst	66	23%
Cykloturistika a turistika vinicemi	47	16,38%
Ne, nikdy jsem se ničeho takového neúčastnil/a	39	13,59%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 10 - Navštívené akce spojené s vínem



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

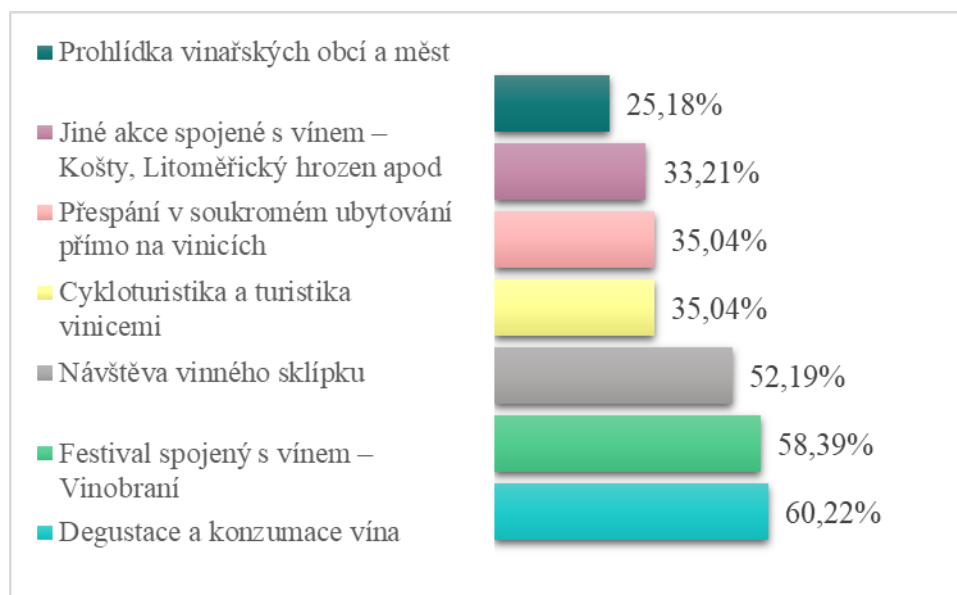
Oproti tomu při dotazování, o jaké akce a aktivity by měli respondenti v dané destinaci zájem, se odpověď spojená s cykloturistikou vinicemi stala čtenější a projevilo o ni zájem celých 35,04 % (96, N=287) respondentů, jak můžeme vidět v následující tabulce a grafu.

Tabulka 13 - Zájem o vinařské akce a aktivity

Pokud byste navštívil/a vinařskou podoblast Litoměřic, jaká z těchto aktivit spojených s vínem by vás nejvíce zajímala?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Degustace a konzumace vína	165	60,22%
Festival spojený s vínem – Vinobraní	160	58,39%
Návštěva vinného sklípku	143	52,19%
Cykloturistika a turistika vinicemi	96	35,04%
Přespání v soukromém ubytování přímo na vinicích	96	35,04%
Jiné akce spojené s vínem – Košty, Litoměřický hrozen apod	91	33,21%
Prohlídka vinařských obcí a měst	69	25,18%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 11 - Zájem o vinařské akce a aktivity



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Největší zájem si připsaly degustace vína (165, 60,22 %), vinobraní a jiné festivaly (160, 58,39 %) a také návštěvy vinných sklípků (143, 52,19 %). Všechny tyto odpovědi si vybralo více než 50 % respondentů.

Zajímavý je zájem o přespání v soukromém ubytování přímo na vinicích, pro něž se vyslovilo stejně jako pro cykloturistiku a turistiku vinicemi 35,04 % (96) respondentů.

Vinařská podoblast Litoměřice

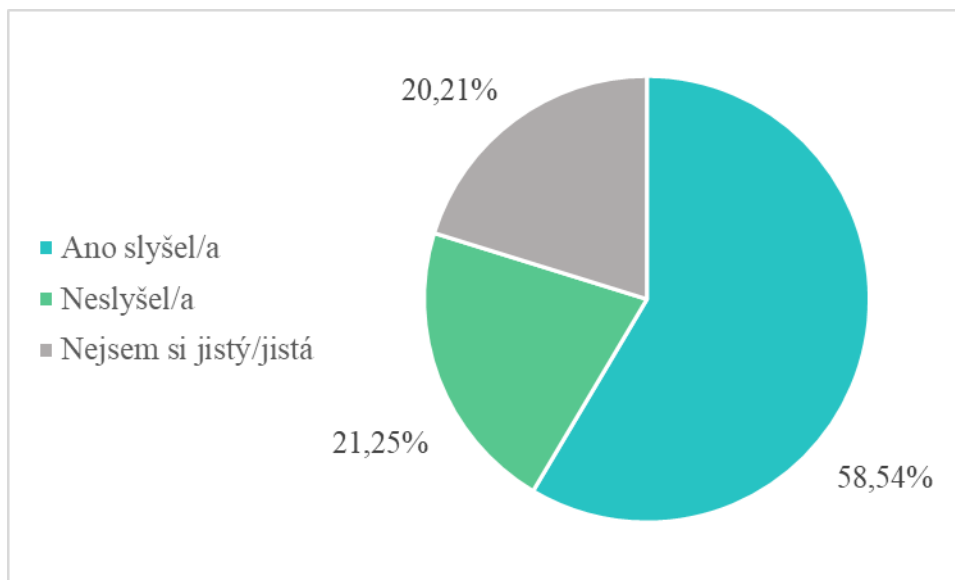
Tyto dvě otázky byly zařazeny s cílem zjistit, zda dotazovaní již někdy slyšeli, nebo navštívili vinařskou podoblast Litoměřice, která zahrnuje nejznámější vinařství vybrané lokality, a to vinařství Litoměřice, Žernoseky a Třebívlice. Dobrým výsledkem je, že více než polovina všech dotazovaných (58,33 %, N=287) odpověděla kladně. Zbylá část respondentů si buď není jistá (58, 20,21 %), nebo o dané oblasti vůbec neslyšeli (61, 21,25 %)

Tabulka 14 - Povědomí o Vinařské podoblasti Litoměřice

Slyšel/a jste někdy o vinařské podoblasti Litoměřice? Např. Vinařství ve Velkých Žernosekách, Litoměřicích, nebo Třebívlicích?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano slyšel/a	168	58,54%
Neslyšel/a	61	21,25%
Nejsem si jistý/jistá	58	20,21%
Celkem	287	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 12 - Povědomí o Vinařské podoblasti Litoměřice



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Z následující tabulky a grafu je patrné, že o vinařskou oblast Litoměřice je skutečný zájem. Více jak 50 % (114) respondentů zvolenou destinaci již v minulosti navštívila a přes 43 % (99) dotázaných ji sice nenavštívilo, ale mělo by o to zájem, či to dokonce má

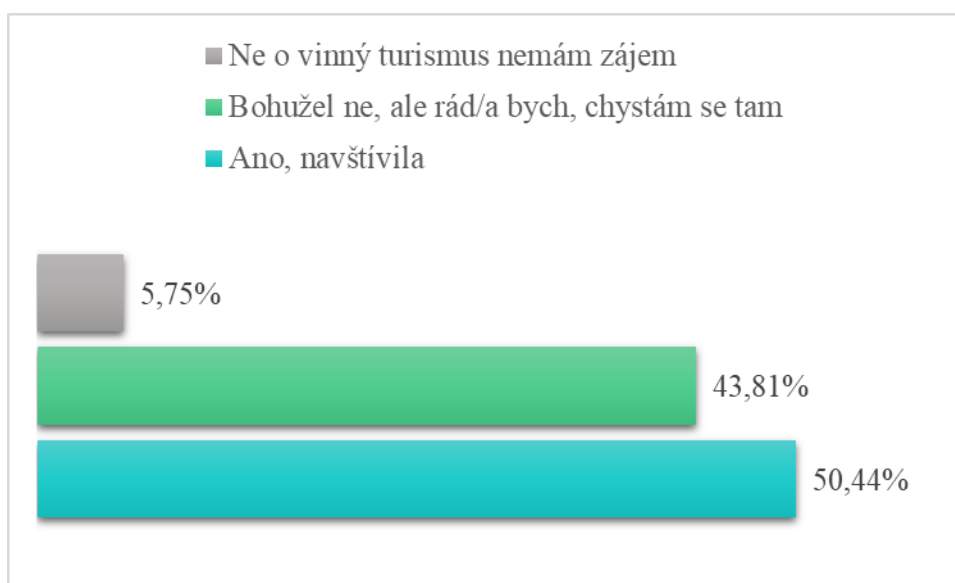
v plánu. Zbýlých 13 respondentů (5,75 %, N= 226, jelikož kvůli větvení dotazníku bylo u této otázky vynecháno 61 odpovědí, které tvrdili, že o dané oblasti ani neslyšeli.) odpovědělo, že o vinný turismus neprojevuje zájem a bylo odkázáno na demografické otázky.

Tabulka 15 - Návštěvnost Litoměřické vinařské podoblasti

Navštívila/a jste některou z těchto destinací Litoměřické vinařské podoblasti?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano, navštívila	114	50,44%
Bohužel ne, ale rád/a bych, chystám se tam	99	43,81%
Ne o vinný turismus nemám zájem	13	5,75%
Celkem	226	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Graf 13 - Návštěvnost Litoměřické vinařské podoblasti



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Ubytování na vinicích

Otázky číslo 17. a 18 pojednávají o možnosti ubytování přímo na vinicích. V poslední době se v cestovním ruchu stalo trendem ubytování v malých domečcích či maringotkách uprostřed přírody. Autorku napadlo umístění jednoho takového skromného příbytku přímo v prostorách vinice, kde bývají překrásné scenerie a výhledy do okolní přírody. V návaznosti na tuto možnost rozšíření nabídky vinařství a rozvinutí cestovního

ruchu ve vybrané lokalitě byly položeny otázky, jestli respondenti již o takovém ubytování slyšeli, či nikoliv a zda by o to měli zájem.

Jak znázorňuje tabulka číslo 16, většina dotázaných (160, 58,39 %) již o této možnosti měla povědomí, ale stále pro více jak 40 % (114, N=274) respondentů byla tato možnost ubytování novinkou.

Tabulka 16 - Povědomí o ubytování na vinicích

Slyšel/a jste někdy o možnosti ubytování na vinicích, či s vinařskou tematikou?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano slyšel/a	160	58,39%
Neslyšel/a	114	41,61%
Celkem	274	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Stěžejní však pro účely výzkumu byly odpovědi z druhé otázky, kde výsledky dopadly velice příznivě, jak lze pozorovat v tabulce číslo 17 a na grafickém znázornění číslo 14.

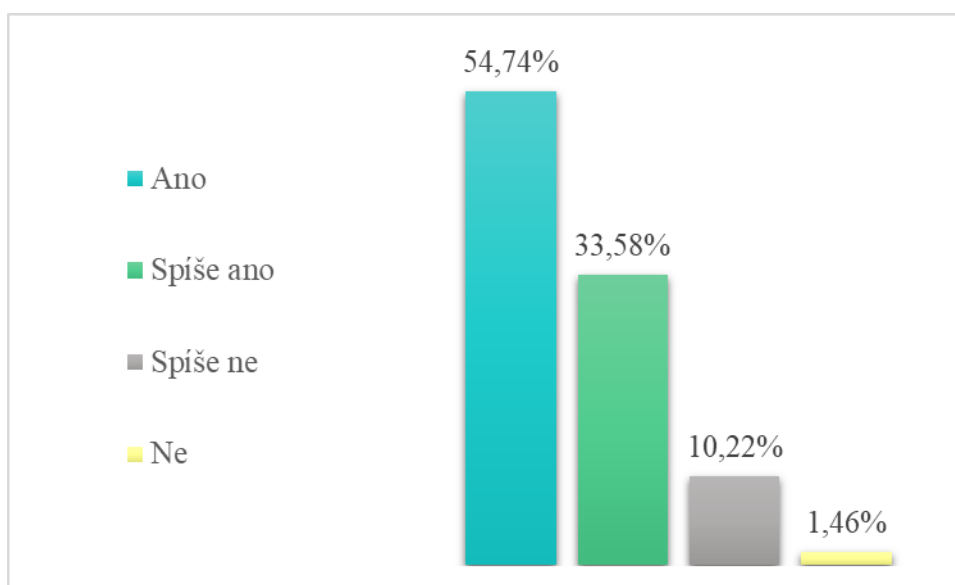
Tabulka 17 - Zájem o ubytování na vinicích

Byla by pro vás tato možnost přespání přímo na vinici atraktivní?		
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Ano	150	54,74%
Spíše ano	92	33,58%
Spíše ne	28	10,22%
Ne	4	1,46%
Celkem	274	100%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Téměř 55 % (150, N=274) dotázaných odpovědělo, že by jednoznačně měli zájem o ubytování na vinicích, 92 respondentů (33,58 %, N=274) pak vybralo spíše kladnou odpověď. Pouhých 28 (10,22 %) odpovědí bylo „spíše ne“ a naprostá menšina tvořící 1,46 % (4, N=274) by o takovýto typ ubytování neměla zájem.

Graf 14 - Zájem o ubytování na vinicích



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Sociodemografické údaje

Následující otázky byly sociodemografického zaměření. První rozdělení získaných dat pro další zpracování bylo na základě pohlaví, věku a vzdělání respondentů.

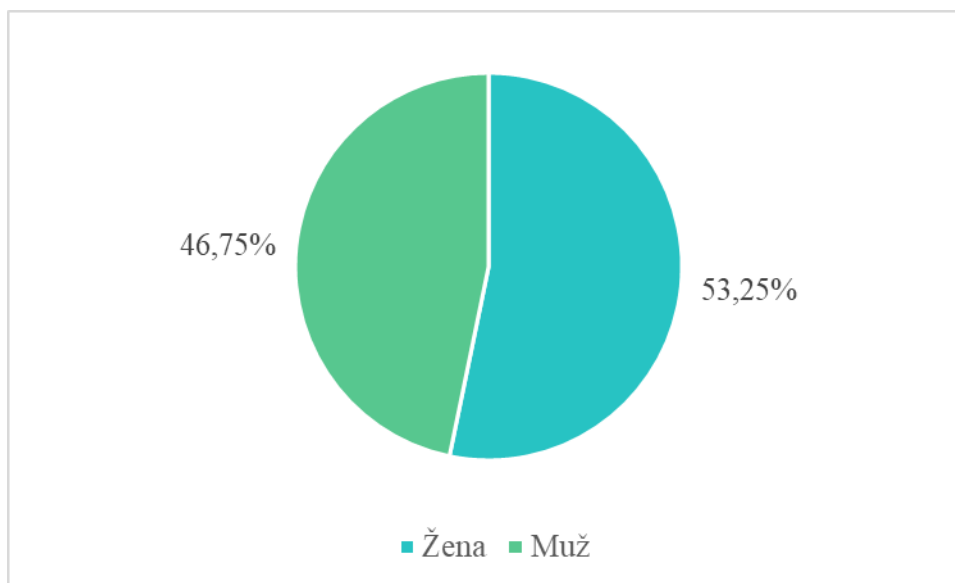
Tabulka 18 - Základní sociodemografické charakteristiky respondentů

Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Pohlaví		
Žena	164	53,25%
Muž	144	46,75%
Věk		
18–24 let	64	20,78%
25–29 let	91	29,55%
30–39 let	52	16,88%
40–49 let	57	18,51%
50–64 let	29	9,42%
65 a více	15	4,87%
Nejvyšší dosažené vzdělání		
Základní	4	1,30%
Střední bez maturity (vyučen/a)	33	10,71%
Střední s maturitou	103	33,44%
Vyšší odborné	27	8,77%
Vysokoškolské	141	45,78%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Z tabulky číslo 18 vyplývá, že dotazníkového šetření se z celkového počtu respondentů (N=308) zúčastnilo 164 žen (53,25 %) a 144 mužů (46,75 %).

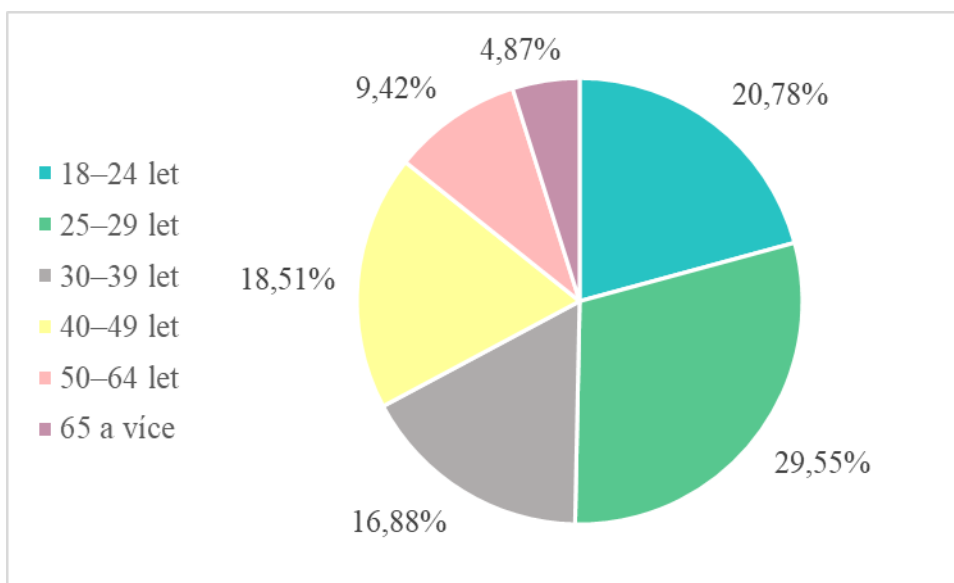
Graf 15 - Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Věková struktura dotázaných se pohybovala v šesti kategoriích, přičemž nejčastěji zastoupena byla věková kategorie od 25 do 29 let věku (29,55 %, 91, N=308)). Druhá nejvíce zastoupená se ukázala kategorie od 18 do 24 let (20,78 %, 64). Tato kategorie byla zdola omezená, jelikož se v tématu výzkumu pojednává o alkoholickém nápoji, tudíž byla zvolena platná stanovená hranice 18 let pro požití alkoholu v České republice. Vysoké zastoupení těchto dvou kategorií lze vysvětlit vyšší technickou zdatností mladších respondentů a také jejich přítomnost na sociálních platformách kde byl dotazník z části šířen. Nejméně responzí kvůli výše zmíněným důvodům pochopitelně přišlo od věkové kategorie starší 65 let a to pouze 15, což činí 4,87 z celkového počtu dotázaných (N=308). Celkové rozdělení věkové struktury je graficky znázorněni v grafu číslo 16.

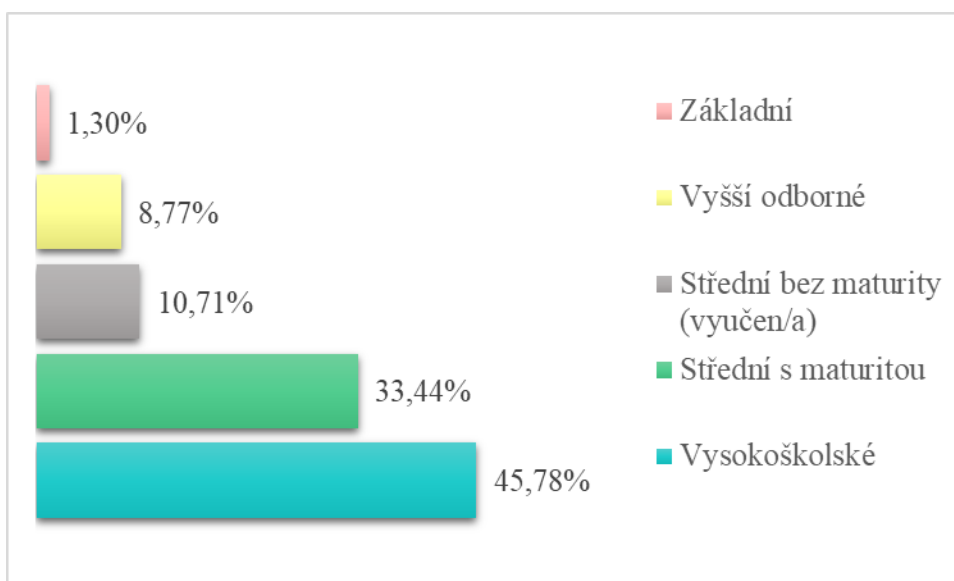
Graf 16 - Věková struktura respondentů



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Následující graf znázorňuje strukturu dotázaných na základě nejvyššího dosaženého vzdělání. Z tabulky i grafu je patrné, že nejvyšší zastoupení měli respondenti s vysokoškolským vzděláním (45,78 %, 141, N=308), což je opět způsobeno tím, že výzkum byl umístěn na sociálních sítích a byl k dispozici pro vyplnění ve studentských skupinách České zemědělské univerzity.

Graf 17 - Struktura respondentů dle nejvyššího dosaženého vzdělání



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Následující tabulka dělí respondenty na základě sociálního statutu a bydliště ve kterém žijí.

Tabulka 19 - Další demografické rozdělení

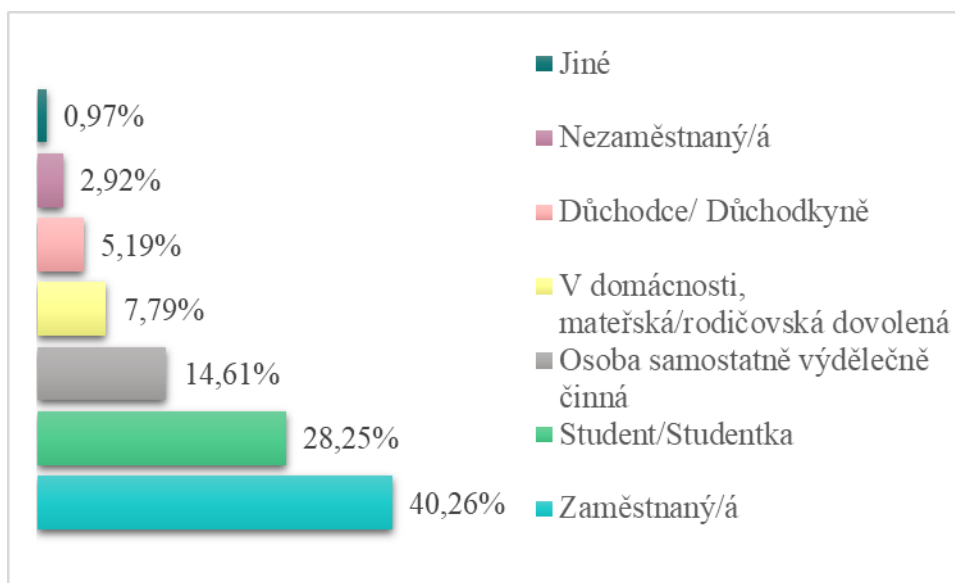
Odpověď	Absolutní počet	Relativní počet
Sociální postavení		
Student/Studentka	87	28,25%
Zaměstnaný/á	124	40,26%
Osoba samostatně výdělečně činná	45	14,61%
Nezaměstnaný/á	9	2,92%
Důchodce/ Důchodkyně	16	5,19%
V domácnosti, mateřská/rodičovská dovolená	24	7,79%
Jiné	3	0,97%
Bydliště		
Hlavní město Praha	50	16,23%
Středočeský kraj	25	8,12%
Jihočeský kraj	11	3,57%
Plzeňský kraj	11	3,57%
Karlovarský kraj	14	4,55%
Ústecký kraj	107	34,74%
Liberecký kraj	11	3,57%
Královéhradecký kraj	12	3,90%
Pardubický kraj	13	4,22%
Olomoucký kraj	12	3,90%
Moravskoslezský kraj	11	3,57%
Jihomoravský kraj	10	3,25%
Zlínský kraj	9	2,92%
Kraj Vysočina	12	3,90%

Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Z výše uvedené tabulky a níže uvedeného grafického znázornění je patrné, že největší zastoupení v otázce sociálního postavení respondentů měli zaměstnaní lidé. Odpovědělo tak celých 124 dotázaných (40,26 %, N=308).

Další kategorií byli lidé samostatně výdělečně činní (14,61 %, 45) a maminky či tatínkové na mateřské či rodičovské dovolené (7,79 %, 24). Více jak 5 % (16) dotázaných se řadilo mezi důchodce. Nepatrné bylo zastoupení u nezaměstnaných a jiných forem sociálního postavení.

Graf 18 - Sociální postavení respondentů



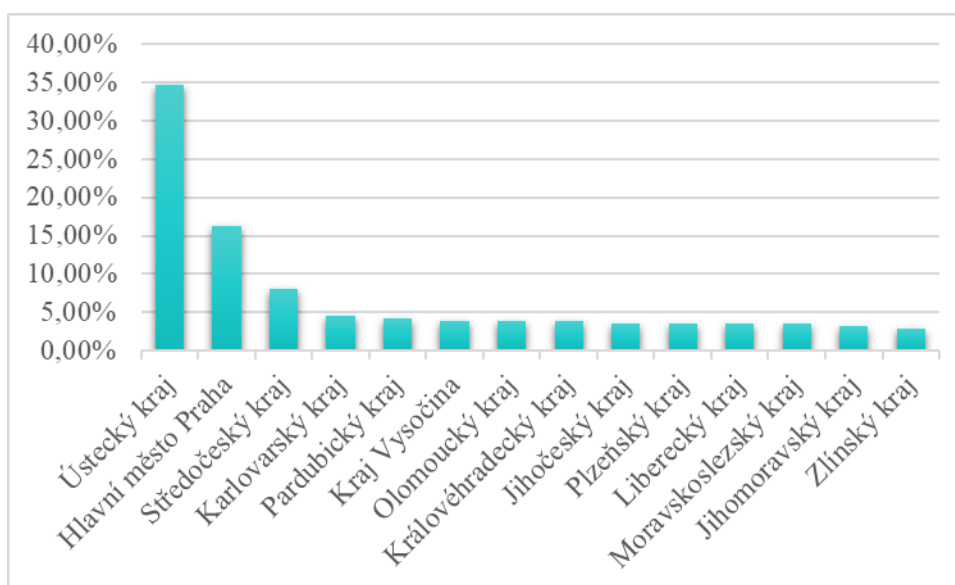
Zdroj: Vlastní šetření, 2021

Poslední graf číslo 19 znázorňuje strukturu respondentů z hlediska jejich bydliště. Nejvíce respondentů bylo z Ústeckého kraje (34,74 %, 107, N=308), což je však pro účely této práce žádoucí, jelikož pojednává o odvětví vinného turismu v rámci cestovního ruchu právě ve vybrané oblasti spadající do Ústeckého kraje.

Dobrym znamením je také značné zastoupení dotázaných z hlavního města Prahy (16,23 %, 50), jelikož obecně lidé z velkých měst více vyhledávají možnosti rozptýlení formou cestování a turismu.

Zastoupení ostatních krajů bylo přibližně podobné, mírně větší hodnotu zaznamenal pouze sousední Středočeský kraj (8,12, 25, N=308).

Graf 19 - Bydliště dotázaných



Zdroj: Vlastní šetření, 2021

5 Výsledky a doporučení

Cílem této kapitoly je provést zhodnocení výsledků vlastní práce, které byly na základě bodové metody dle Bíny (2002) a dotazníkového šetření získány. Následně je druhá část kapitoly soustředěna na zpracování návrhů a doporučení, která by mohla vést ke zvýšení atraktivity a větší propagaci vinařského cestovního ruchu ve vybrané destinaci.

5.1 Zhodnocení výsledků a diskuse

Podle bodových kritérií hodnocení lokalizačních faktorů potenciálu destinace dle Bíny (2002), bylo provedeno zhodnocení potenciálu cestovního ruchu ve sledované oblasti Litoměřicka v jednotlivých stupních. Na základě získaných výsledků, které jsou podrobně zaznamenané do tabulky číslo 2 a popsané v kapitole 4.3 lze konstatovat, že některými lokalizačními podmínkami zvolená destinace vůbec nedisponuje, což by mohlo mít vliv na atraktivitu oblasti, nicméně na základě ostatních lokalizačních podmínek má oblast turistům stále co nabídnout. V celkovém bodovém hodnocení, byla zkoumaná oblast zařazena do zóny s výjimečným potenciálem pro cestovní ruch.

Místní krajina není využitelná například pro sjezdové a zimní sporty a ani pro závěsné létání. Destinace také bohužel nevykazuje na svém území žádnou lázeňskou formu cestovního ruchu, přestože město Litoměřice v minulosti jednalo o využití geotermální energie pro účely rozvoje lázeňství a tím i cestovního ruchu v oblasti. Do dnešního dne však žádné lázeňské místo v oblasti nevzniklo. V současné době také nebyly zaznamenány žádné významné čistě církevně zaměřené akce i přesto, že do oblasti patří poutní místo na vrchu Kalvárie. Vzhledem k poloze vybrané destinace, kterou je Litoměřická vinařská podoblast zúžená na oblasti s rozšířenou působností Litoměřic a Lovosic, nelze přepokládat výskyt lokalizačních faktorů představujících příhraniční specifika, nýbrž spíše jejich absenci.

Naopak poměrně vysokého potenciálu pro uplatnění v cestovním ruchu vykazuje oblast prostřednictvím dílčích lokalizačních faktorů z oblasti cyklistiky, kulturních akcí, či veletrhů a tematických trhů. Přímo ve městě Litoměřice se nachází velice proslulý vystavovatelský areál Zahrada Čech, který každoročně hostí nejen stejnojmenný zahrádkářský veletrh, ale i spoustu jiných tematických výstav. Rozšiřování nabídky

a různorodosti pořádaných akcí například o gastronomický festival je dle Kotíkové (2013) jedním z nových trendů dnešní doby v rámci rozvoje cestovního ruchu.

Z pohledu kulturních akcí, jsou velmi oblíbené akce spojené s vinnou tematikou, kterých se v oblasti pořádá v průběhu roku hned několik. Kromě všeobecně známého vinobraní jsou to například Žernosecký košť, Litoměřický hrozen, nebo výstava Vinařské Litoměřice. Vyzdvihnout lze také podmínky pro cykloturistiku, jelikož zkoumanou oblastí prochází oblíbená Labská cyklostezka vedoucí z Krkonoš podél řeky Labe až do Německa. Částečně se na ni napojuje i Litoměřická vinařská stezka provázející cyklisty i turisty vinařskými obcemi na Litoměřicku. S řekou Labe souvisí další příznivě hodnocené lokalizační podmínky, a to vodní turistika, sportovní rybolov či rekreace u vody. Všechny tyto aktivity jsou díky tomuto toku v oblasti uskutečnitelné, a navíc velmi oblíbené. Pod záštitou Destinační agentury Českého středohoří byl v roce 2019 představen projekt na podporu poříční turistiky, který má za cíl zvýšit propagaci řeky a přivést turisty blíže k možnostem využití například skrze půjčovny malých lodí pro poznávání Litoměřicka a okolí při brázdění Labských vod. Krajina Českého středohoří skýtá také mnoho přírodních pozoruhodností a příležitostí pro pěší turistiku, či rekreaci v lesích. Oblast je vysoce členitá a nachází se zde i několik přírodních památek, například vrch Radobýl, nebo hora Milešovka.

Vybraná oblast je tradičním výrobcem vína s velice dlouhou a bohatou historií. Sám císař a král Karel IV. do Litoměřic přivezl některé odrůdy vinné révy, aby podpořil místní vinaře a rozvinul vinařství na Litoměřicku. Místní vína a obecně vinice mají velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu ve formě vinného turismu. Dle Šauera, Vystoupila a Holešinské (2015) právě gastronomický cestovní ruch, jehož je vinný turismus podkategorií, je tím odvětvím, které v posledních letech sbírá stále větší ohlas a pro destinace skýtá velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu.

Na základě výsledků dotazníkového šetření bylo zjištěno, že více jak 90 % lidí má zájem o cestování po České republice. Vyslovilo se tak 287 (93,18 %) dotázaných z celkového počtu 308 respondentů. Z tohoto jevu je tedy patrné, že i přes krizi způsobenou covid 19 se lidé stále chystají podnikat výlety a dovolené v době, až se situace ustálí a bude to možné. Fakt, že lidé na cestování nezanevřeli a nemají strach, je pro cestovní ruch velmi důležitá informace.

Pro více jak 50 % dotázaných (51,04 %, 147, N=287) je nejčastější cestovat s partnerem, jako další odpovědi byly zvoleny s rodinou (125) a s kamarády (118). Pouhých 25 lidí uvedlo, že nejčastěji cestuje o samotě.

Co se týká četnosti výjezdů na dovolené či výlety, nejvíce odpovědí bylo, že lidé jezdí 1krát až 2krát za letní sezonu. Odpovědělo tak 120 (41,81 %) z celkových 287 respondentů. Brát v potaz by se ale měl i fakt, že další dvě odpovědi se shodným zastoupením 82 hlasů což činí v součtu 57,14 % zodpovědělo svou četnost v cestování 3krát až 4krát, nebo více než 4krát. Z toho je patrné, že Češi jezdí na dovolené či na výlety poměrně často a dle výstupů z další otázky volí z více jak 80 % (dohromady 252, N=287) aktivní či velmi aktivní formu dovolené.

Při komparaci s již provedeným výzkumem, který byl uskutečněn v roce 2018 v rámci celého Ústeckého kraje, bylo zjištěno, že dotazovaní za nejčastěji využívané dopravní prostředky pro cestování po ČR vybírají z valné většiny (256, N=287) automobil, což činilo 89,20 %, jako druhou nejčastější odpověď respondenti vybírali cestování vlakem. V obou výzkumech tyto výsledky přibližně korespondují (Ústecký kraj, 2018).

Příznivým zjištěním při zpracovávání výzkumu bylo, že celých 88 respondentů (N=287) by zvolilo jako ubytování mini domeček, více známý v angličtině jako „tiny hous“, nebo maringotku či skromnou chatku. Tato odpověď byla čtvrtá nejčastější za klasickými typy ubytování. Příznivé zjištění to bylo z důvodu, že autorka měla v plánu podobný typ ubytování navrhnout jako možný plán rozvoje turismu na vinicích.

Pro 54 dotázaných (18,82 %, N=287) byl termín vinný turismus novinkou, což naznačuje, že propagace tohoto odvětví cestovního ruchu stále není dostatečná. I přesto že 66,20 % respondentů o vinném turismu vědělo, procento nevědoucích by mělo být mnohem nižší. Již informovaní respondenti uvedli, že nejčastější zdroj jejich povědomí byl z internetu, od známých a sociálních sítí. To naznačuje, že by se měla propagace soustředit více na sociální síť a získat větší dosah ke všem lidem, nebo zvolit i jinou formu informování, zacílenou na skupinu obyvatelstva, která nepreferuje online prostředí.

Z celkového počtu 287 dotázaných, uvedlo 258 (89,9 %) lidí, že víno pijí pravidelně či alespoň příležitostně. To znamená, že vinný turismus má v České republice opravdu veliký potenciál.

Zajímavým jevem je, že při otázce, zda respondenti již absolvovali některou z akcí či aktivit spojenou s vinným turismem, byla odpověď cykloturistika a turistika vinicemi poměrně slabě zastoupena (47, N=287, 16,38 %). Následně však u otázky, zda by o tyto aktivity měli respondenti potenciální zájem, zastoupení odpovědi týkající se cykloturistiky zaznamenalo značný nárůst (96, N= 287), 35,04 %). Nejvíce žádané aktivity byly degustace vína, vinobraní a podobné akce a návštěvy vinných sklípků, jelikož všechny tyto odpovědi zvolilo více než 50 % dotázaných. Pro účely této práce je stěžejní poměrně velký zájem o přespání v soukromém ubytování přímo na vinicích.

U otázek týkajících se Litoměřické vinařské podoblasti bylo zjištěno, že přes 20 % respondentů (21,25 %, N= 287) o této destinaci dosud neslyšelo, to naznačuje opět nedostatečnou propagaci lokality i mimo Ústecký kraj. Pro rozvoj cestovního ruchu je však důležité zjištění, že 99 (43,81 %) z celkového počtu, který zodpovídal tuto otázku (N= 226), zodpovědělo že tuto destinaci ještě nikdy nenavštívili, ale měli by o to zájem, či to mají dokonce v plánu. Tento poznatek je další motivací pro rozvoj podmínek pro cestovní ruch, jelikož tato oblast má skutečně velký potenciál.

Na základě výsledků otázek týkajících se ubytování přímo na vinicích, je patrné, že stále velká část lidí (41,61 %, 114, N=274) o této formě ubytování neslyšela a zbylá část (58,39 %, 160) již o ní nějaké informace zaznamenala. Nicméně z hlediska zájmu o tuto formu ubytování v rámci vinného turismu dopadly výsledky více než příznivě, jelikož více než 50 % respondentů (54,74 %, 150) by o ni mělo jednoznačně zájem, dalších 33,58 % (92) se vyslovilo že „spíše ano“. Toto zjištění má pro plány na zlepšení vysokou hodnotu.

Z hlediska sociodemografických charakteristik vyplývá, že dle pohlaví byla skupina respondentů poměrně vyrovnaná. Z hlediska věkové struktury se zapojilo více respondentů z mladších kategorií, což mohlo být ovlivněno způsobem distribuce dotazníkového šetření, jelikož byl v elektronické podobě umístěn na sociální síti a do studentských skupin, odkud proudil největší příval respondentů, což se promítá i do nejvyššího dosaženého vzdělání většiny dotázaných (45,78 % vysokoškolsky vzdělaných). Na druhou stranu největší počet z pohledu sociálního statutu zaznamenali zaměstnaní (40,26 %, N=308) a až poté studenti (28,25 %). Co se týče otázky bydliště, nebylo překvapením, že největší zastoupení bude mít Ústecký kraj, což ale není špatně, jelikož se jedná o atraktivitu v Ústeckém kraji a turisté z tohoto kraje budou mít větší možnost zkoumanou destinaci navštívit.

5.2 Doporučení

Prostřednictvím této kapitoly, bylo na základě zjištěných poznatků a výsledků výzkumu navrženo několik možných doporučení pro zvýšení atraktivity zvolené destinace a celkové zlepšení propagace cestovního ruchu, konkrétně vinného turismu na Litoměřicku.

Skromné ubytování na vinici

Jak již bylo nastíněno v kapitole 5.1, v současné době byl zaznamenán velký nárůst zájmu o skromné soukromé ubytování. Obzvláště v dnešní pandemické době, budou lidé více upřednostňovat soukromější typ ubytování před těmi hromadnými, aby se omezil kontakt s cizími návštěvníky na minimum. Drobné „Tiny Houses“ jak jsou nazývané v angličtině, ale tento název se přenesl a běžně používá i v češtině, jsou maličké domečky, či chatičky povětšinou uprostřed přírody. Tyto domky bývají opravdu skromné, často bez centrálního přívodu vody, přesto však jsou pro naprosté soukromí stále více vyhledávány. Často se také setkáme s podobným typem ubytování v krásně a útulně upravených maringotkách.

Na základě výsledků výzkumu, by o tento typ ubytování byl opravdu reálný zájem a pro některá vinařství by pronajímání takového skromného příbytku umístěného přímo na vinici mohlo být relativně nenáročným zdrojem příjmu.

Zapojení do služby Bez Kempu

Vhodným krokem pro propagaci vinařství by také bylo vytvoření místa pro zastavení obytných vozů a karavanů. Může být pouze jedno, aby bylo zachováno soukromí a zároveň aby se potom z vinice nestal kemp. Lidé cestující obytnými vozy se často někde zastavují pouze na jednu noc, a dokonce vyhledávají odlehlá klidná místa, jsou naučení po sobě zanechávat pořádek a téměř vždycky jsou to milovníci přírody, kteří se podle toho k ní chovají. Služba Bez Kempu.cz sdružuje tyto kočovné nadšence a poskytovatele takovýchto míst pro ně vytvořených.

Princip spočívá v tom, že majitel pozemku v tomto případě vinice či přilehlých okolí vinařství nabídne přes danou internetovou stránku svůj prostor. Turista si jej přes objednávkový formulář zarezervuje a řádně za to zaplatí, výhodou pro něj je, že není v kempu s dalšími lidmi, ale v krásné přírodě. Výhodou aplikace je i velmi přísná

oboustranná kontrola, zda všechno proběhlo v pořádku, jestli nezůstal po někom nepořádek, či zda majitel pozemku splnil všechny slíbené podmínky. Potenciální přínos pro vinaře by byl, že skrze tuto službu, která funguje po celé České republice a zatím na Slovensku, by se informace o malebné krajině Litoměřické vinařské podoblasti dostala do povědomí mnoha cestovatelů.

Praktická exkurze do procesu zpracování a výroby vína

Součástí dotazníkového šetření byla i otázka, zda respondenty napadá nějaká nová aktivita spojená s vínem, než které byly zmíněny. V několika odpovědích se opakoval zájem o nahlédnutí takzvaně vinařům pod pokličku. Nešlo by o sdílení jejich know-how, nýbrž sestavení programu tak, aby lidé měli možnost osobně promluvit s vinaři, zajímat se o zpracování a výrobu vína, prohlédnout a vyzkoušet si celý proces od samotného sběru (možno uspořádat brigádu na sběr hroznů), až po stáčení do lahví a třeba i následné párování vína k různým jídlům. Jak uvádí studie z roku 2014, výborný nápad je také ukázková vinice patřící vinařství pod Lovošem, nicméně sama autorka, ač v dané oblasti žije celý život, se o této možnosti dozvěděla až při bližším průzkumu k účelům této práce. Na místě by tedy byla lepší propagace a snaha informovat turisty o těchto možnostech. Jednoduše se pokusit více otevřít vinice a sklepy lidem.

Nabídka speciálních programů v prostorách vinařství

Vhodným krokem by také bylo umožnění pořádání oslav a svateb v prostorách vinařství. V dnešní době jsou velice populární svatby venku na netradičních místech. Zároveň fungují firmy, které postaví svatební stan už téměř kdekoli, tak proč ne právě na vinici? Pronájem prostor by pro vinaře také znamenal příjem navíc, který by mohl reinvestovat do rozvoje svého vinařského umění.

Plavby za vínem

V některých moravských vinařských oblastech funguje tzv. vínobus, což je autobus, převážející turisty od jednoho vinařství k druhému, součástí cesty jsou samozřejmě degustace a návštěvy sklepů. Dle výsledků šetření by lidé uvítali podobnou možnost i na Litoměřicku. Autorka se však domnívá, že by bylo mnohem atraktivnější využít přilehlého toku řeky Labe a spojit vinný turismus s vodní turistikou. Návštěvníci by tak mohli navštívit několik vinařství v různých obcích po obou březích Labe (Litoměřice, Malé

a Velké Žernoseky, Žalhostice, Lovosice), a navíc si užít plavbu na lodi, ze které jsou krásné výhledy na terasovité svahy Labského údolí a také Brány Čech zvané Porta Bohemica. Tento druh organizovaných výletů se v destinaci nenabízí, nicméně pokud by došlo k vytvoření takovýchto akcí, jistě by přivedly i zahraniční klientelu například z nedalekého Německa.

Internetová propagace

Posledním, dalo by se říct tradičním doporučením je vylepšení internetových komunikačních kanálů. Většina vinařství v dané lokalitě nevlastní ani obstojné webové stránky, a pokud ano, jsou často zastaralé a nezajímavé. Mladí lidé v dnešní době hojně projevují zájem o sociální sítě a platformy jako je Facebook či Instagram jim nejsou cizí. Účty na těchto sítích, které jsou zdrojem informací pro velkou část mladé a střední generace, by jistě napomohly k rozvoji turismu v dané destinaci. Další propagace lze poměrně jednoduše a levně domluvit formou barterové spolupráce s některými influencery. V praxi tyto spolupráce fungují tak, že influenceři prezentují výrobky, či služby daného podniku na svých sítích, kde mají mnohdy i desetitisíce sledujících a dostanou za to buď výrobky nebo služby daného podniku, jde o tzv směnný obchod – barter.

Zajímavou formou propagace regionu by bylo i vytvoření mobilní aplikace, která by informovala o atraktivitách destinace a provázela turisty pomocí mapky po nejzajímavějších místech dané lokality. Ke stažení aplikace by turisty mimo jiné přiměly například slevové kupony na místní výrobky, či zvýhodněné vstupné do různých muzeí, expozic a jiných zařízení.

6 Závěr

Cestovní ruch je v současnosti a snad nadále i bude po odeznění korona virové krize přirozenou součástí běžného života lidí žijících ve vyspělých ekonomikách. Rostoucí ekonomická stabilita lidí poskytuje stále větší možnosti a prostor pro různorodé trávení volného času. Téměř každý může individuálně realizovat své osobní zájmy čistě podle jeho preferencí. Výjezdy uskutečněné v rámci cestovního ruchu tak mohou mít mnoho podob dle přání účastníka cestovního ruchu, po většinu případů jsou ale cesty realizovány s cílem poznání vybrané lokality a často také odpočinku. Při výběru cílové destinace hraje primární roli atraktivita daného místa. Každý jeden účastník cestovního ruchu má své osobní představy a požadavky na to, jak stráví svůj volný čas a jak bude vypadat jeho dovolená či výlet.

Česká republika skýtá mnoho turisticky zajímavých míst, velká část jich však není dostatečně doceněna. Jednou takovou oblastí se autorka zabývala v této diplomové práci. Oblast Litoměřicka a blíže specifikované Litoměřické vinařské podoblasti s územním členěním obcí s rozšířenou působností Litoměřic a Lovosic je velice krásná a malebná lokalita. Z pohledu vinného turismu je však velmi nedoceněná. Každý člověk v ČR zná vinařské oblasti na Jižní Moravě, ale vinařská oblast Čechy už tolik propagována v rámci cestovního ruchu není, což je zajisté škoda, jelikož tato oblast má vysoký turistický potenciál.

Za účelem naplnění cílů této práce bylo provedeno bodové hodnocení lokalizačních faktorů destinace dle metody Bíny (2002), na jehož základě bylo zjištěno, že zkoumanou oblast lze zařadit do zóny výjimečného potenciálu cestovního ruchu. Je tedy možné předpokládat další rozvoj cestovního ruchu.

Na základě výsledků výzkumu prostřednictvím dotazníkového šetření lze konstatovat, že více jak 40 % dotázaných (99, N=226) sledovanou oblast dosud nenavštívilo, ale zdá se jim atraktivní a mají zájem ji navštívit, či to dokonce už plánují. To je pro rozvoj cestovního ruchu dané oblasti velmi příznivý jev. Jako nejvíce žádanou aktivitou z pohledu vinného turismu se ukázaly degustace vína, vinařské slavnosti a návštěvy sklepů. Klíčové pro rozvoj by však mohlo být využití přilehlých cyklotras a realizování možnosti soukromého ubytování přímo na vinicích, o něž projevilo zájem více jak 35 % respondentů.

Na závěr diplomové práce bylo vytvořeno a popsáno několik návrhů na zlepšení atraktivity zkoumané oblasti a předloženo několik doporučení, která by mohla pozitivně ovlivnit další rozvoj cestovního ruchu ve zvolené destinaci.

V době dokončování práce, kdy se ČR stále velmi vážně potýká s pandemií covid 19 a cestovní ruch je úplně pozastavený, nelze predikovat, jak se cestovní ruch ve zvolené destinaci bude vyvíjet dále.

7 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje:

BERÁNEK, Jaromír a kolektiv, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting. ISBN 978-80-86724-46-1.

BERÁNKOVÁ, Petra, 2020. *Event management firmy JOHANN W.* Praha. Bakalářská práce. Vysoká škola hotelová v Praze. Vedoucí práce Ing. Blanka Zimáková.

BÍNA, Jan, 2002. *Hodnocení potenciálu cestovního ruchu v obcích České republiky: Urbanismus a územní rozvoj*. Česká republika. 1212-0855.

CARLSEN, Jack a Stephen CHARTERS, 2006. *Global Wine Tourism: Research, management and marketing*. Oxon, Wallingford: CABI International. ISBN 978-1-84593-170-4.

DRESSLER, Marc, 2017. *Strategic profiling and the value of wine & tourism initiatives: Exploring strategic grouping of German wineries*. International Journal of Wine Business Research. 2017, 29(4), 484-502. DOI 10.1108/IJWBR-04-2017-0026. ISSN 1751-1062.

GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE, 2014. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: Bizzbooks, Albatros Media. ISBN 978-80-251-2595-3.

HALL, C. Mael, Liz SHARPLES, Brock CAMBOURNE a Niki MACIONIS, 2011. *Wine Tourism Around the World: Development, management and markets*. New York: Routledge. ISBN 978-0-75065-466-1.

HAMARNEH, Iveta, 2014. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-7452-040-2.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. 2. vydání. Portál, 2005. ISBN 978-80-7367-485-4.

HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. vydání. Česká republika: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE, 2003. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-0202-9.

HRALA, Václav, 2013. *Geografie cestovního ruchu*. 6. aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-79-1.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4209-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2009. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3247-3.

- JASÍKOVÁ, Veronika, 2009. *Úvod do tvorby empirických prací pro cestovní ruch*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-020-7.
- KIRÁĽOVÁ, Alžběta a Ivo STRAKA, 2013. *Vliv globalizace na marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. ISBN 978-80-86929-99-6.
- KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOTLER, Philip, 1997. *Marketing management: Analýza, plánování, realizace a kontrola*. 3. vydání. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-08-2.
- KUNEŠOVÁ, Eva a Blanka FARKOVÁ, 2014. *Technika zahraničních zájezdů*. 2. vydání. Praha: Idea Servis. ISBN 978-80-85970-83-8.
- LAWS, Eric, 1991. *Tourism marketing*. Cheltenham, United Kingdom: The Bath Press. ISBN 0-7487-0428-0.
- MORRISON, Alastair M., 1996. *Marketing pohostinství a cestovního ruchu: Hospitality and Travel Marketing, přeložila Dana Slámová*. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-85605-90-2.
- MRZENOVÁ, Daniela, Petra OSTRÁ a Robert RYTINA, 2018. *Ústecký kraj - Brána do Čech: turistický průvodce*. Česká republika: TopLife Czech. ISBN 978-80-905902-9-8.
- NEJDL, Karel, 2011. *Management destinace cestovního ruchu*. Česká republika: Wolters Kluwer. ISBN 978-80-7357-673-8.
- PAGE, Stephen J, 2015. *Tourism management*. 5th Edition. New York: Routledge,. ISBN 9781138784574
- PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: Jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing. ISBN 80-247-1014-5.
- PALATKOVÁ, Monika, Eva MRÁČKOVÁ, Milan KITTNER, Josef ŠESTÁK a Ondřej KAŠŤÁK, 2013. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3751-5.
- PAVLOUŠEK, Pavel, 2011. *Pěstování révy vinné: moderní vinohradnictví*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3314-2.
- RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ, 2017. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: Jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-5021.
- RYGLOVÁ, Kateřina, 2009. *Cestovní ruch: (soubor studijních materiálů)*. 3. vydání. Ostrava: Key Publishing. ISBN 978-80-7418-028-6.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-4039-3.

SVOBODA, Jiří, 2014. *Tajemství Českého středohoří*. Ústí nad Labem: Imagine media. ISBN 80-905511-0-7.

ŠŤASTNÁ, Milada, Antonín VAISHAR, Kateřina RYGLOVÁ, Ida RAŠOVSKÁ a Silvie ZÁMEČNÍK, 2020. Cultural Tourism as a Possible Driver of Rural Development in Czechia. Wine Tourism in Moravia as a Case Study. *European Countryside*. 2020, 12(3), 292-311. DOI 10.2478/euco-2020-0017. ISSN 1803-8417.

WACHOWIAK, Helmut, 2016. *Tourism and borders: Contemporary Issues, Policies and International Research*. New York: Routledge. ISBN 978-1-138-27392-4.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ, 2012. *Cestovní ruch - výkladový slovník*. 2. vydání. Praha: Linde. ISBN 978-80-720-1880-2.

Elektronické zdroje:

ATTL, Pavel a Petr STUDNIČKA, 2009. *Marketingová studie Litoměřicko se zaměřením na cestovní ruch* [online]. Praha [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: https://posta.litomerice.cz/images/strategie-dokumenty/Marketingova_studie_Litomericko_finalni_verze.pdf. Studie. Regionální operační program regionu soudržnosti Severozápad.

Biskupství Litoměřice [online], 2021. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <https://www.dltm.cz/>

Cech Českých vinařů [online], 2020. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <http://www.cechcv.cz/>

Černodolský mlýn: Informace, Historie [online], 2020. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.cernodolskymlyn.cz/>

Česko země příběhů: Nejmenší vinařskou oblastí Čech [online], 2021. [cit. 2021-03-15]. Dostupné z: <https://www.ceskozemepribehu.cz/pribeh/22-nejmensi-vinarskou-oblasti-cech>

Český rybářský svaz: Místní organizace Litoměřice [online], 2020. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.crs-litomerice.cz/index.php>

FRANTOVÁ, Libuše, 2009. Naše vína svět nezná. In: *Euro.cz* [online]. Redakce Euro.cz, 29.9.2009 [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/byznys/nase-vina-svet-nezna-895619>

Historie a současnost vinařství [online], 2020. Brno: Národní vinařské centrum [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.cmb-brno2020.cz/cs/vinarstvi-v-cr/historie-a-soucasnost/>

Hrad Litoměřice, 2021. *North West Bohemia Convention Bureau* [online]. [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.northwestconvention.cz/cz/naplanujte-vasi-akci/detail-zarizeni/42-Hrad-Litomerice/>

Individuální vodní turistika, 2019. *Litoměřický deník* [online]. 27.9.2019 [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: https://litomericky.denik.cz/zpravy_region/agentura-chce-lidem-prodat-labe-pro-individualni-vodni-turistiku-20190924.html

Jezero Chmelař - Úštěk, 2020. In: *Mapy.cz - Turistická* [online]. [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <https://mapy.cz/turisticka?x=14.3318937&y=50.5897833&z=15&source=base&id=1713027>

Klášterní vinné sklepy Litoměřice, 2020. *České středohoří* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.stredohori.cz/detail/klasterni-vinne-sklepy-litomerice>

Labská stezka, 20220. *Labe Elbe* [online]. [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <https://old.labska-stezka.cz/>

Litoměřická vinařská podoblast, 2019. *Vinecko EU* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.vinecko.eu/clanek/litomericka-vinarska-podoblast/>

Litoměřická vinařská stezka, 2020. *České středohoří* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.stredohori.cz/detail/litomericka-vinarska-stezka/7>

MARŠÁL, Josef, 2014. Vinařská stezka v Litoměřicích. In: *Toulavá kamera* [online]. Praha, 13.7.2014 [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/1126666764-toulava-kamera/214562221500028/obsah/337963-vinarska-stezka-v-litomerich>

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky: Světová organizace cestovního ruchu - UNWTO [online], 2014. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR [cit. 2019-08-25]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-\(unwto\)](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-(unwto))

Muzeum Ghetta, 2020. *Památník Tereziín* [online]. [cit. 2021-03-04]. Dostupné z: <https://www.pamatnik-terezin.cz/muzeum-ghetta>

Myslivercký portál - Honitby: Portál naše mapy, 2020. In: *Myslivercký portál ČR* [online]. [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <https://portal.nasemapy.cz/app/mysliverckyportal/honitby/view/>

Ornitologická vycházka, 2017. *Oblastní muzeum v Litoměřicích* [online]. Litoměřice [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: https://www.muzeumlitomerice.cz/vismo/dokumenty2.asp?id_org=200065&id=1356

PALATKOVÁ, Monika, 2006. *Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu: Prolínání destinací a destinační management* [online]. Praha [cit. 2021-03-04].

Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/3869c784-9a21-41d7-aa4e-3ae736eccbe4/GetFile7_3.pdf. Skripta. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Píšťanské jezero u Žernosek. Kudyznudy.cz [online]. 2021 [cit. 2021-03-14]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/pistanske-jezero-u-zernosek>

Polabskými stezkami za vínem a poznáním: Případová studie [online], 2014. [cit. 2021-03-07]. Dostupné z: http://stary.maspodripsko.cz/Dokumenty/Polabsk%C3%BDmi%20stezkami/polabskymi_stezkami_studie_2015.pdf. Místní akční skupina Podřipsko.

ROUDIÈRE-LANGE, Karine, 2012. *Wine Tourism* [online]. In: . [cit. 2021-02-17]. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/caramany/wine-tourism>

SEDLO, Jiří, 2020. *Vinařství ve světě (data a fakta)* [online]. Velké Bílovice [cit. 2021-01-05]. Dostupné z: http://www.vinarskecentrum.cz/soubor_aktuality/Vina%C5%99stv%C3%AD%20v%20nejv%C3%BDznamn%C4%9Bj%C5%A1%C3%ADch%20st%C3%A1tech%202020_final.pdf. Odborná studie. Národní vinařské centrum, o.p.s.

Skály Dlouhý vrch, 2020. *Český horolezecký svaz* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.horosvaz.cz/skaly-sektor-632/>

Skály u Úštěku, 2020. *Český horolezecký svaz* [online]. Praha [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://www.horosvaz.cz/skaly-sektor-409/>

Slavoj Litoměřice [online], 2020. Litoměřice [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: <https://sportslavoj.cz/>

Středisko ekologické výchovy SEVER: Exkurze pro pedagogy - Ptáci, 2011. *Středisko ekologické výchovy SEVER* [online]. [cit. 2021-02-28]. Dostupné z: <https://sever.ekologickavychova.cz/exkurze-pro-pedagogy-ptaci/>

ŠAUER, Martin, Jiří VYSTOUPIL a Andrea HOLEŠINSKÁ, 2015. *Cestovní ruch - učební text* [online]. Brno [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: https://www.econ.muni.cz/do/econ/soubory/katedry/kres/studijni_texty/cestovni_ruch_ePDF.pdf. Učební text. Masarykova univerzita.

Ústecký kraj, 2018. Dotazníkové šetření návštěvníků Ústeckého kraje: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji, 2018. Ústecký kraj [online]. 17.4.2018 [cit. 2018-09-15]. Dostupné z: https://www.kr_ustecky.cz/assets/File.ashx?id_org=450018&id_dokumenty=1723186

Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, 2018. *Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský* [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/616594/Plocha_vinic_v_CR_dle_podoblasti_k_31_12_2018.pdf

Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský [online], 2019. Praha: Ministerstvo zemědělství České republiky [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/645632/Statisticke_vystupy_o_plochach_vinic__stari_vinic_a_odrudach_revy.pdf

Vinařská oblast Čechy: Mělnická vinařská podoblast, 2019. *Vína z Moravy, vína z Čech* [online]. [cit. 2021-02-16]. Dostupné z: <https://www.vinazmoravyvinazcech.cz/cs/encyklopedie/jak-se-vyznat-v-nasich-vinech/deleni-podle-regionu/vinarske-regiony/vinarska-oblast-cechy/melnicka-vinarska-podoblast>

Vinařská stezka na Litoměřicku - Deník Litoměřicka, 2012. *Litoměřický deník* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: https://litomericky.denik.cz/zpravy_region/na-litomericku-vznikla-vinarska-stezka-20120625.html

Vinařské regiony České republiky [online], 2020. Brno: Národní vinařské centrum [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.cmb-brno2020.cz/cs/vinarstvi-v-cr/vinarske-regiony/>

Vinice JOHANN W, 2019. *Johann W Vinařství Třebívlice* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <http://johannw.com/cs/vinarstvi/vinice>

Vinice - Žernosecké vinařství, 2020. *Žernosecké vinařství - Velké Žernoseky* [online]. [cit. 2021-02-27]. Dostupné z: <https://www.zernosecke-vinarstvi.cz/vinohradnictvi/vinice/>

Zahrada Čech: Kalendář akcí, 2021. *Zahrada Čech Litoměřice* [online]. Litoměřice [cit. 2021-03-02]. Dostupné z: <http://www.zahradacech.cz/kalendar-akci#new>

Zákon č. 159/1999 Sb., 2018. *Zákony pro lidi* [online]. Praha [cit. 2021-02-12]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-159>

Žernosecké jezero: Vodní ráj, 2011. *Ústecký deník* [online]. Ústí nad Labem [cit. 2021-03-01]. Dostupné z: https://ustecky.denik.cz/zpravy_region/20110802_brixi_vylety.html

8 Přílohy

Příloha 1 - Fotogalerie vinařské podoblasti Litoměřicka

Obrázek 15 - Litoměřická vinařská podoblast



Zdroj: Vinařské regiony České republiky, 2021

Obrázek 16 - Vinice ve velkých Žernosekách



Zdroj: Vinařské regiony České republiky, 2020

Obrázek 17 - Hrad Litoměřice



Zdroj: Hrad Litoměřice 2021

Obrázek 18 - Vinice na Litoměřicku



Zdroj: Vinařské regiony České republiky, 2020

Obrázek 19 - Píšťanské jezero u Žernosek



Zdroj: Kudyznudy.cz 2021

Obrázek 20 - Etiketka s Ulrikou von Levetzow



Zdroj: Vinařství JOHANN W, 2021

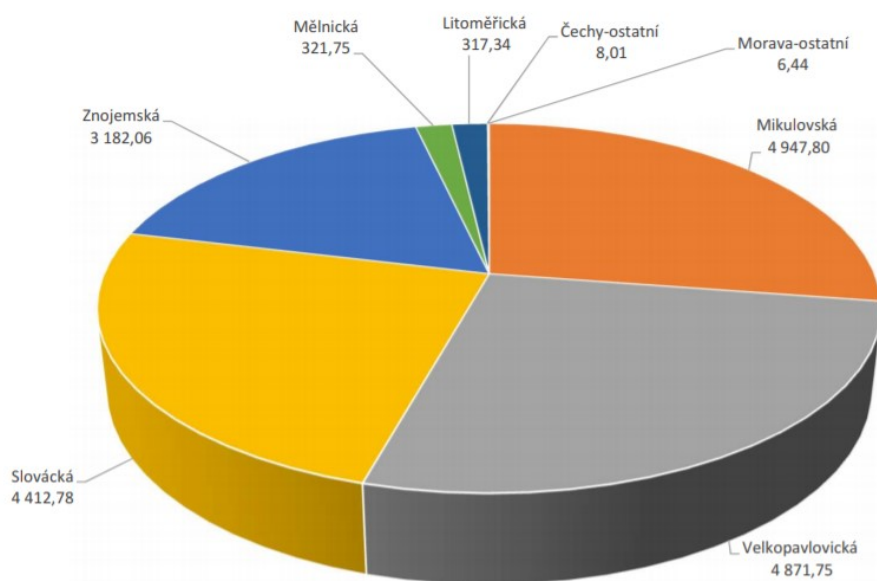
Obrázek 21 - Vinné sklepy v Žernosekách



Zdroj: Česko země příběhů, 2021

Příloha 2 - Plochy vinic v ČR dle podoblastí

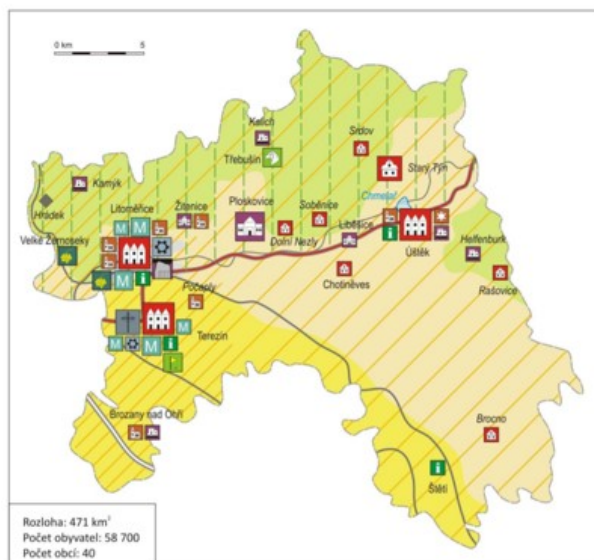
Obrázek 22 - Plochy vinic v ČR dle podoblastí



Zdroj: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, 2018

Příloha 3 - ORP Litoměřice a Lovosice

Obrázek 23 - ORP Litoměřice a Lovosice s vysvětlivkami



Legenda kartogramů

Atraktivita cestovního ruchu:

	přírodní pozoruhodnost		historické podzemí		jiná atraktivita CR
	historický městský soubor		muzeum, galerie		přidaná hodnota: památka UNESCO
	historický vesnický soubor		muzeum v přírodě, skanzen		
	zámek		lázeňské místo		
	hrad, tvrz, zřícenina		zoologická zahrada, zoopark		
	křesťanská sakrální památka		botanická zahrada, arboretum		
	židovská památka		aquapark, plavecký bazén		
	vojenská památka		golfově hřiště		
	pietní památník		farma pro hipoturistiku		
	technická památka		vinařský věhlas		
	archeologická památka		pivovarnický věhlas		

Velikost symbolu (bodová hodnota):

	do 20
	25 - 35
	40 - 50
	55 - 75
	100

Plochy a linie ovlivňující cestovní ruch:

	rekreační a turistická krajina typ I		běh vodní plochy typ I
	rekreační a turistická krajina typ II		běh vodní plochy typ II
	rekreační a turistická krajina typ III		řeka vhodná ke splouvání
	rekreační a turistická krajina typ IV		silnice I. třídy
	urbanizovaný prostor		železnice typ I
	průmyslový a těžební prostor		železnice typ II
	dálnice a R-silnice se sjezdem		přidaná hodnota: národní park
	areál dálniční dostupnosti typ I		přidaná hodnota: chráněná kraj. oblast
	areál dálniční dostupnosti typ II		

Zdroj: ÚÚR, 2010

Příloha 4 - Dotazníkové šetření

Dobrý den milí respondenti,

ráda bych Vás tímto požádala o vyplnění krátkého dotazníku, který je součástí mé diplomové práce na téma: „*Zhodnocení potenciálu destinace cestovního ruchu v České republice se zaměřením na vinný turismus*“

Účelem tohoto dotazníku je analyzovat informovanost turistů o možnostech vinného turismu v Litoměřické vinařské podoblasti. Dotazník je zcela anonymní, nezabere více než 5 minut.

Velice Vám děkuji za Váš čas a ochotu!

Eva Dobiášová – Studentka Provozně ekonomické fakulty České zemědělské univerzity v Praze

1) Cestujete, nebo plánujete cestovat a jezdit na výlety po České republice?

*Povinná otázka, respondent musel zvolit **jednu** z nabízených odpovědí. (Ano → pokračování v dotazníku, pokud Ne → otázky demografické – od č.19)*

- a) Ano
- b) Ne

2) S kým nejčastěji cestujete?

*Povinná otázka, respondent mohl zvolit **maximálně 2** z nabízených odpovědí.*

- a) S partnerem
- b) S rodinou
- c) S kamarády
- d) Sám/a

3) Kolikrát za letní sezonu jedete na dovolenou či prodloužený víkend po Čechách?

*Povinná otázka, respondent musel zvolit **jednu** z nabízených odpovědí.*

- a) Více než 4krát – často využívám prodloužených víkendů
- b) 3krát až 4krát
- c) 1krát až 2krát
- d) Jezdím na dovolenou pouze v zimě, v létě si užívám doma.

4) Jaká je Vaše obvyklá náplň letní dovolené?

*Povinná otázka, respondent musel zvolit **jednu** z nabízených odpovědí.*

- a) Pasivní dovolená – čistě odpočinek, relaxace
- b) Aktivní dovolená – procházky, turistika, kultura, památky
- c) Velmi aktivní dovolená – různé sportovní aktivity – cyklistika, horská turistika atd.

5) Jakým dopravním prostředkem nejčastěji cestujete v rámci České republiky?

*Povinná otázka, respondent mohl zvolit **maximálně 2** z nabízených odpovědí.*

- a) Autem
- b) Autobusem
- c) Vlákem
- d) Motocyklem
- e) Na kole
- f) Karavanem/obytným autem
- g) Pěšky

6) Jakému druhu ubytování dáváte a svých cestách nejčastěji přednost?

Povinná otázka, respondent mohl zvolit maximálně 3 z nabízených odpovědí.

- a) Apartmán
- b) Hotel
- c) Mini domeček, maringotka, chata – skromné, ale větší soukromí
- d) Penzion
- e) Stanování, nebo pod širákem
- f) Turistické (hromadné) ubytování – ubytovna, turistická chata, hostel
- g) Vlastní karavan/obytné auto

7) V jakém ročním období obvykle cestujete po České republice?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) V letním
- b) V zimním
- c) V obou (v letním i zimním)
- d) Mimo sezonu (na jaře a na podzim)

8) Slyšel/a jste někdy o vinném turismu?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí. (Ano, Nejsem si jistý/á → pokračování v dotazníku, pokud Neslyšel/a → otázka č. 10.)

- a) Ano slyšel/a
- b) Nejsem si jistý/jistá
- c) Neslyšel/a

9) Kde jste se o vinném turismu dozvěděl/a?

Povinná otázka, respondent musel zvolit více z nabízených odpovědí. (max 3)

- a) Internet
- b) Sociální sítě
- c) Televize a rozhlas
- d) Noviny, časopisy
- e) Knižní turistický průvodce
- f) Od známých, kamarádů
- g) Turistická a informační centra
- h) Cestovní kancelář/agentura

10) Jste konzumentem vína?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Ano, víno konzumuji pravidelně i doma.
- b) Ano, ale jen příležitostně na oslavách, v restauracích apod.
- c) Ne, víno moc nemusím, či ho nepiji vůbec.

11) Zúčastnil/a jste se někdy v rámci vinného turismu některé z těchto činností?

Povinná otázka, respondent mohl zvolit více z nabízených odpovědí. (max 4)

- a) Festival spojený s vínem - Vinobraní
- b) Cykloturistika a turistika vinicemi
- c) Návštěva vinného sklípku
- d) Degustace, ochutnávka vína
- e) Prohlídka vinařských obcí a měst
- f) Ne, nikdy jsem se ničeho takového neúčastnil/a

12) Slyšel/a jste někdy o vinařské podoblasti Litoměřice? Např. Vinařství ve Velkých Žernosekách, Litoměřicích, nebo Třebívlicích?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí. (Ano, Nejsem si jistý/á → pokračování v dotazníku, pokud Neslyšel/a → otázka č.15)

- a) Ano slyšel/a
- b) Nejsem si jistý/jistá
- c) Neslyšel/a

13) Navštívil/a jste některou z těchto destinací Litoměřické vinařské podoblasti?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí. (Ano → pokračování v dotazníku, Bohužel ne → otázka č. 15., pokud Ne → otázka č.19)

- a) Ano, navštívila
- b) Bohužel ne, ale rád/a bych, chystám se tam
- c) Ne o vinný turismus nemám zájem

14) Jaký byl důvod vaší návštěvy v tomto regionu?

Povinná otázka, respondent mohl zvolit více z nabízených odpovědí. (max 3)

- a) Historie, památky a architektura
- b) Kulturní poznání, galerie, muzea
- c) Zajímavé akce, festivaly, události
- d) Vinný turismus
- e) Turistika, Cykloturistika, jiný sport
- f) Odpočinek, relaxace

15) Pokud byste navštívil/a vinařskou podoblast Litoměřic, jaká z těchto aktivit spojených s vínem by vás nejvíce zajímala?

Povinná otázka, respondent mohl zvolit více z nabízených odpovědí. (max 4)

- a) Festival spojený s vínem – Vinobraní
- b) Jiné akce spojené s vínem – Košty, Litoměřický hrozen apod.
- c) Cykloturistika a turistika vinicemi
- d) Návštěva vinného sklípku
- e) Degustace a konzumace vína
- f) Přespání v soukromém ubytování přímo na vinicích
- g) Prohlídka vinařských obcí a měst

16) Víte o nějaké jiné aktivitě spojené s vínem, o kterou byste Vy nebo vaši přátelé měli zájem?
Doplňující otázka

17) Slyšel/a jste někdy o možnosti ubytování na vinicích, či s vinařskou tematikou?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Ano slyšel/a
- b) Neslyšel/a

18) Byla by pro vás tato možnost přespání přímo na vinici atraktivní?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Spíše ne
- d) Ne

19) Jste:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Žena
- b) Muž

20) Do jaké věkové kategorie patříte?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) 18–24 let
- b) 25–29 let
- c) 30–39 let
- d) 40–49 let
- e) 50–64 let
- f) 65 a více

21) V jakém regionu České republiky žijete?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Hlavní město Praha
- b) Středočeský kraj
- c) Jihočeský kraj
- d) Plzeňský kraj
- e) Karlovarský kraj
- f) Ústecký kraj
- g) Liberecký kraj
- h) Královéhradecký kraj
- i) Pardubický kraj
- j) Kraj Vysočina
- k) Jihomoravský kraj
- l) Olomoucký kraj
- m) Zlínský kraj
- n) Moravskoslezský kraj

22) Jaké je vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Základní
- b) Střední bez maturity (vyučen/a)
- c) Střední s maturitou
- d) Vyšší odborné
- e) Vysokoškolské

23) Jaké je Vaše sociální postavení/status?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- a) Student/Studentka
- b) Zaměstnaný/á
- c) Osoba samostatně výdělečně činná
- d) Nezaměstnaný/á
- e) Důchodce/ Důchodkyně
- f) V domácnosti, mateřská/rodičovská dovolená
- g) Jiné

Zdroj: Vlastní zpracování 2021